

Maija Helin & Anni Pentti

YHDESSÄ OLEMME ENEMMÄN

**Historiikki ja tietopaketti Tampereen Seudun Osuuspankin
Elohopeakerhon toiminnasta**

**Opinnäytetyö
KESKI-POHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma
Maaliskuu 2010**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Yksikkö Pietarsaaren yksikkö	Aika Maaliskuu 2010	Tekijä/tekijät Maija Helin Anni Pentti
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn nimi YHDESSÄ OLEMME ENEMMÄN – Historiikki ja tietopaketti Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerhon toiminnasta		
Työn ohjaaja Sara Åhman	Sivumäärä 46 + 36	
Työelämäohjaaja Markku Eklöf		
<p>Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Tampereen Seudun Osuuspankki ja työelämäohjaajana Elohopeakerhon isäntä Markku Eklöf. Työn tarkoituksena oli tehdä historiikki ja tietopaketti Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerhon järjestämistä matkoista ja toiminnasta. Elohopeakerhon matkoja on järjestetty 20 vuoden ajan, mutta kerhosta ja sen matkoista ei ollut olemassa mitään aikaisempaa painettua teosta.</p> <p>Työn tavoitteena oli tutkia, mihin suuntaan Elohopeakerhon toiminta ja etenkin sen järjestämät matkat olivat kehittyneet vuosien varrella. Tavoitteena oli myös valmistaa painettu historiikki Elohopeakerhon matkoista, jota voisi käyttää esimerkiksi markkinoinnissa ja uusien jäsenien hankkimisessa. Historiikki aiotaan jakaa Elohopeakerhon yhteistyökumppaneille, esimerkiksi Matkapojille ja Suomen Matkatoimistolle sekä kerhon jäsenille.</p> <p>Työssä tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista tutkimusta ja tiedonkeruumenetelmänä käytettiin haastatteluita. Haastattelut suoritettiin kesän 2009 aikana, ja niitä tehtiin yhteensä 10 kappaletta. Lisäksi tutkittiin Elohopeakerhon vuosittain ilmestyneitä kerhoesitteitä sekä kerhosta kuvattua videota. Näiden pohjalta koottiin historiikki ja tietopaketti. Työn tietoperusta koostuu historiikin kirjoittamisen ja seniorimatkailun teoriasta. Lisäksi käsitellään toiminnallisen opinnäytetyön tekemistä ja esitellään toimeksiantaja, eli Tampereen Seudun Osuuspankki ja Elohopeakerho.</p> <p>Opinnäytetyö tehtiin parityönä, ja työtehtävät jaettiin tasapuolisesti. Tavoitteet saavutettiin hyvin, koska suppeasta materiaalista saatiin koottua kattava historiikki ja tietopaketti Elohopeakerhosta.</p>		
Asiasanat Elohopeakerho, historiikki, kvalitatiivinen tutkimus, seniorimatkailu, toiminnallinen opinnäytetyö		

ABSTRACT

CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES	Date March 2010	Author Maija Helin Anni Pentti
Degree programme Degree programme in Tourism		
Name of thesis TOGETHER WE ARE MORE – Chronicle and information leaflet on the Quicksilver club activities of Tampere District Co-operative Bank		
Instructor Sara Åhman		Pages 46 + 36
Supervisor Markku Eklöf		
<p>The supervisor of the thesis was Tampere District Co-operative Bank and the supervisor was the Quicksilver club's host Markku Eklöf. The aim of the thesis was to produce a chronicle and information leaflet of the journeys and activities of Tampere District Co-operative Bank's Quicksilver club. The Quicksilver club journeys have been organized already for 20 years, but there was no former printed work about the club and its journeys.</p> <p>The aim of the thesis was to explore in which way the Quicksilver club activity and especially the journeys were developed during the years. The aim was also to produce a printed chronicle of the journeys, which could be used for example in marketing and to recruit new members. The chronicle is intended to be distributed to the Quicksilver club's affiliates, for example to the club members, Finland's Travel Agency Ltd. and Matkapojat travel agency.</p> <p>The method used in the research was qualitative research and the method used to collect information was interviewing. The interviews were completed during the summer 2009 and overall ten of them were completed. The Quicksilver club's yearly brochures and the videotape filmed of the club were also researched. The chronicle and the information leaflet were gathered based on the interviews, brochures and the videotape. The theory in the thesis deals with senior tourism and how to write a chronicle. The project of the functional thesis is also processed and the supervisor Tampere District Co-operative Bank and the Quicksilver club are introduced.</p> <p>The thesis was made as a couple assignment and the work tasks were divided equally. The aims were well completed, because a comprehensive chronicle and information leaflet of the Quicksilver club were accomplished based on a concise material.</p>		
Key words chronicle, functional thesis project, qualitative research, Quicksilver club, senior tourism		

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 TAMPEREEN SEUDUN OSUUSPANKKI JA ELOHOPEAKERHO	3
2.1 Tampereen Seudun Osuuspankki	3
2.2 Omistajajäsenyys	4
2.3 Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerho	5
2.4 Elohopeakerhon matkat	6
2.5 Elohopeakerhon markkinointitavat	10
3 SENIORIMATKAILU	12
3.1 Senioreiden osuus väestöstä ja väestön ikääntymisen syitä	12
3.2 Kolmannen ikävaiheen matkailijat	13
3.3 Senioreiden matkailumotiivit	16
3.4 Millainen on hyvä seniorimatka?	19
4 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ	22
4.1 Toiminnallisen opinnäytetyön määrittely ja ohjeistus	22
4.2 Opinnäytetyöpäiväkirja	24
4.3 Kvalitatiivinen tutkimus	25
4.3.1 Haastattelu	26
4.3.2 Laadullisen aineiston analyysi	28
4.3.3 Luotettavuus kvalitatiivisessa tutkimuksessa	30
4.4 Oma tutkimus	31
5 HISTORIIKIN KIRJOITTAMINEN	34
5.1 Historiikki	34
5.2 Historiikin tavoitteet	35
5.3 Yrityshistoria	38
5.4 Yrityshistorian ja historiikin jäsentely	40
6 POHDINTA	42
LÄHTEET	44
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Elohopeakerho on yli 55-vuotiaille omistajajäsenille tarkoitettu kerho Osuuspankissa. Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeatoiminta on todella vilkasta ja laajempaa kuin missään muussa Elohopeakerhossa. Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerho tarjoaa jäsenilleen matkoja ympäri vuoden, niin kotimaahan kuin ulkomaillekin, sekä muuta toimintaa, esimerkiksi luentoja eri aiheista. Pankki järjestää matkoja yhteistyössä Matkapoikien ja Suomen Matkatoimiston kanssa.

Työn toimeksiantajana toimii Tampereen Seudun Osuuspankki ja työelämäohjaajana Elohopeakerhon kerhoisäntä ja pankin palvelupäällikkö Markku Eklöf. Tarkoituksena opinnäytetyössämme on tehdä historiikki ja tietopaketti Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerhon järjestämistä matkoista sekä toiminnasta. Matkoja on järjestetty jo 20 vuoden ajan, eikä Elohopeakerhosta ja sen matkoista ole olemassa lähes mitään aiemmin painettua teosta.

Opinnäytetyömme tavoite on tutkia, mihin suuntaan Elohopeakerhon toiminta ja etenkin sen järjestämät matkat ovat kehittyneet vuosien varrella. Tavoitteemme on myös valmistaa Tampereen Seudun Osuuspankille painettu historiikki Elohopeakerhon matkoista, jota voisi käyttää esimerkiksi markkinoinnissa ja uusien jäsenien hankkimisessa. Historiikki aiotaan jakaa Elohopeakerhon yhteistyökumppaneille, esimerkiksi Matkapojille ja Suomen Matkatoimistolle sekä kerhon jäsenille. Tietopaketin tarkoituksena on antaa mahdollisimman kattavasti ja yksityiskohtaisesti tietoa Elohopeakerhosta ja sen toiminnan muodoista. Tietopakettia voisi jakaa asiakkaille tai Elohopeakerhosta kiinnostuneille esimerkiksi markkinointitaroituksessa.

Tutkimusmenetelmänä käytetään kvalitatiivista tutkimusta ja tiedonkeruumenetelmänä käytetään haastatteluita. Haastattelut suoritamme kesän 2009 aikana. Lisäksi tutkitaan Elohopeakerhon vuosittain ilmestyneitä kerhoesitteitä sekä kerhosta kuvattua videota. Näiden pohjalta kootaan historiikki ja tietopaketti. Työn tietoperusta koostuu historiikin kirjoittamisen ja seniorimatkailun teoriasta. Lisäksi kir-

joitetaan toiminnallisen opinnäytetyön tekemisestä ja esitellään toimeksiantaja, eli Tampereen Seudun Osuuspankki ja Elohopeakerho.

Työ tehdään parityönä, joten työtehtävät jaetaan tasapuolisesti: Haastatteluja tehdään yhteensä kymmenen kappaletta, jotka jaetaan tekijöiden kesken puoliksi. Maija Helin kokoaa opinnäytetyön toiminnallisen historiikki-osuuden sekä kirjoittaa luvut 2 Tampereen Seudun Osuuspankki ja Elohopeakerho, 5 Historiikin kirjoittaminen ja luvun 4 Toiminnallinen opinnäytetyö alkuosan. Anni Pentti tekee opinnäytetyön toiminnallisena osuutena Elohopeakerhon tietopaketin sekä kirjoittaa luvun 3 Seniorimatkailu ja luvusta 4 kvalitatiivisen tutkimuksen teorian ja oman tutkimuksen kuvailun. Yhdessä kirjoitetaan alaluku 4.2 Opinnäytetyöpäiväkirja sekä johdanto, pohdinta, tiivistelmä ja abstract.

Työn keskeisimpiä lähteitä ovat Osuuspankin internet-sivut, kvaliMOTV internet-sivut sekä kirjalliset teokset historiikin kirjoittamisesta, kvalitatiivisesta tutkimuksesta ja seniorimatkailusta, muun muassa Matkailualan vuosikirja 2005 sekä Katajala: Historiikin kirjoittajan opas.

Toivoisimme, että Osuuspankki hyödyntäisi työmme toiminnallisia osuuksia esimerkiksi markkinointitarkoituksissa, koska niiden avulla Elohopeakerho voisi saada lisää jäseniä. Luulemme, että ainakin kerhon yhteistyökumppanit ja jäsenet olisivat kiinnostuneita tutustumaan kerhon historiaan. Lisäksi tietopaketin avulla he saavat selkeän kuvan kerhon toiminnasta.

2 TAMPEREEN SEUDUN OSUUSPANKKI JA ELOHOPEAKERHO

Tässä pääluvussa kerrotaan toimeksiantajastamme Tampereen Seudun Osuuspankista sekä yleistä tietoa Osuuspankeista. Lisäksi mukana ovat kappaleet pankin omistajajäsenyydestä, Elohopeakerhosta, Elohopeakerhon matkoista sekä Elohopeakerhon markkinointitavoista.

2.1 Tampereen Seudun Osuuspankki

Osuuspankit ovat paikallisia vähittäispankkitoimintaa harjoittavia talletuspankkeja. Koko Suomen alueella on yhteensä 221 Osuuspankkia. Tampereen Seudun Osuuspankki on osa valtakunnallista OP-Pohjola-ryhmää, jossa se toimii jäsenenä. Osuuspankin toimintaideana on tarjota toimialueidensa kotitalousasiakkaille, pienille ja keskisuurille yritysasiakkaille, maa- ja metsätalousasiakkaille sekä julkiselle sektorille nykyaikaisia ja kilpailukykyisiä pankkipalveluita. (Tampereen Seudun Osuuspankki 2009.) Tampereen Seudun Osuuspankki on yksi OP-Pohjola-ryhmän kookkaimmista pankeista ja toimialueensa johtavia pankkeja. Tampereen Seudun Osuuspankki koostuu 14 toimipisteestä kahdeksan kunnan alueella: Tampereen seudun konttorit, Hämeenkyrö, Nokia, Pirkkala, Lempäälä, Vesilahti, Ylöjärvi sekä Viiala. (Tampere-talo, KAS 2008.)

Osuuspankkia edustaa ja sen toimintaa johtaa hallitus. Osuuspankin hallituksen muodostavat toimitusjohtaja sekä hallituneuvoston valitsemat 4–6 muuta jäsentä, joiden tulee olla Osuuspankin jäseniä. Osuuspankin palvelut ovat avoimia muillekin kuin omistajajäsenille. Osuuspankki on yksi sijoituspalveluyrityksistä ja tarjoaa asiakkaille annetun lain mukaisia sijoituspalveluja sekä lain tarkoittamaa säilytys- ja hoitopalvelua. (OP-Pohjola-ryhmä 2009a.)

Osuuspankille tärkeitä arvoja toiminnassaan ovat ihmisläheisyys, vastuullisuus sekä yhdessä menestyminen. Tampereen Seudun Osuuspankki on jäsentensä omistama ja jatkuvasti toimintaansa kehittävä. Työntekijöinä on tällä hetkellä yhteensä 368 osaavaa pankkialan ammattilaista. Pankista asiakkaat saavat moni-

puoliset palvelut, esimerkiksi luotot, päivittäisen raha-asioiden hoidon, Pohjolan vahinkovakuutukset, kiinteistönvälityspalvelut, monipuoliset lakipalvelut, säästämissä ja sijoittamisen palvelut, muut vakuutukset sekä kattavat yrityspalvelut maksuliikkeestä vakuutuksiin. He tarjoavat asiakkailleen muun muassa kannattavan bonusjärjestelmän. Pankilla oli asiakkaita yhteensä 171 200 kesän 2009 lopulla. Yli 70 000 asiakkaista oli omistajajäseniä, ja jopa 60 000:lle heistä maksettiin Osuuspankin bonuksia. (OP-Pohjola-ryhmä 2009a.)

Kun katsotaan historiaan, niin vuonna 1993 Osuuspankkiryhmä nousi Suomen johtavaksi pankkiryhmäksi, sillä Suomen Säästöpankit myytiin. Tuolloin kaikkiaan 112 Osuuspankkia otti vastaan 246 Säästöpankkia. Tätä tapahtumaa on kutsuttu niin sanotuksi Säästöpankkifuusioksi. Nykyään ei voida enää määrittää vähittäispankkitoimintaa suuruusjärjestyksessä, sillä liike-elämässä pankkien ketjujen sisällä on paljon yhdistymisiä ja risteytyksiä. (Kokko 1999, 2–3.)

2.2 Omistajajäsenyys

Omistajajäseneksi voivat liittyä OP-Pohjola-ryhmän palveluja käyttävät yksityiset henkilöt, yhteisöt sekä säätiöt. Osuuspankin omistajajäseneksi voi liittyä maksamalla osuusmaksun, joka on suuruudeltaan noin 85 euroa. Käytännössä omistajajäseneksi liittyessään asiakas niin sanotusti ostaa yhden osuuden Osuuspankista. Osuuspankin omistajajäsenellä on mahdollisuus osallistua pankin hallintoon ja päätöksentekoon. Vaikuttamismahdollisuudet ulottuvat alueelliseen elinkeinoelämään sekä hyvinvoinnin parantamiseen. Osuuspankin osuuskunnissa kuuluu päätöksenteon ”jäsen ja ääni” -periaate. Vuoden 2008 loppuun mennessä omistajajäseneksi oli liittynyt yhteensä yli 1,2 miljoonaa asiakasta ja kyseisenä vuonna määrä kasvoi 53 000 omistajajäsenellä. Osuuspankin tarkoituksena on harjoittaa jäsentensä omistamana osuuskuntamuotoisena talletuspankkina luottolaitostoimintaa jäsenten ja asiakkaiden taloudellisen menestyksen tukemiseksi. Jäsenkunta koostuu pääosin yksityishenkilöistä ja he valitsevat keskuudestaan oman pankkinsa hallintohenkilöt. (OP-Pohjola-ryhmä 2009b.) Omistajajäseniä ovat muun muassa opinnäytetyömme kohderyhmä, eli Elohopeakerhon asiakkaat, ja tämän vuoksi

esitteisiin on lisätty omistajajäsenhakemus, jonka asiakkaat voivat helposti täyttää halutessaan mukaan kerhon toimintaan.

Omistajajäsenyys tuo huomattavia taloudellisia etuja asiakkaille heidän raha-asioidensa keskittämisestä Osuuspankkiin. Omistajajäsenyys mahdollistaa sen, että asiakkaat voivat hyötyä OP-bonuksista, joita heille alkaa kertyä kun asiakkaan tai hänen perheensä yhteinen pankkiasiointi on vähintään 5 000 euroa. Osuuspankin tuloksista suurin osa palautuu omistajajäsenille. Osuuspankin omistajajäsenet saavat pankin lehden neljä kertaa vuodessa, jossa julkaistaan omassa osuudessaan omistajajäsenille tarkoitettut edut ja palvelut: OP-kanava verkkopalvelu ja tunnukset, valtakunnalliset alennukset sekä edut yhteistyöyritysten tuotteista. Monet Osuuspankit tarjoavat jäsenilleen myös paikallisia etuja, esimerkiksi Tampereella etuja antamassa ovat muun muassa Tampereen teatteri, Tampereen työväen teatteri, Tampere talo ja Särkänniemi. (OP-Pohjola-ryhmä 2009b.)

2.3 Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerho

Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerho on omistajajäsenille tarkoitettu seniori-ikäisten oma etukerho, joka järjestää matkoja ja muuta toimintaa eläkepäiviään viettäville asiakkaille. Kerhon toiminnassa voivat olla mukana yli 55-vuotiaat Tampereen Seudun Osuuspankin omistajajäsen asiakkaat. Kerhoisäntänä toimii, kerholaiset persoonallaan jo vuodesta 1994 alkaen valloittanut Markku Eklöf. (OP-Pohjola-ryhmä 2009c.)

Yksi tärkeimmistä Tampereen Seudun Osuuspankin ja Elohopeakerhon toiminnan arvoista on tiivistetty lauseeseen ”yhdessä olemme enemmän”, mikä tarkoittaa sitä, että kun tehdään asioita yhdessä, saavat kaikki siitä enemmän hyötyä ja iloa elämäänsä. Elohopeakerhon nimi tulee siitä, että elohopea on vilkas ja nopea aine, joten ajatellaan, että myös elohopeakerholainen on olemukseltaan samanlainen: ulospäin suuntautunut, pirteä, liikkuvainen ja iloinen. Aikaisemmin elohopeakerholaiset olivat iältään enemmän 70 ikävuoden molemmin puolin, mutta nykyisin kerholaisista suuri osa on hieman yli 55-vuotiaita ja lisäksi mieleltään nuorekkaita. Televisiossa pyörinyt Osuuspankin mainos, jossa iäkkäällä herralla on

nuorison käyttämät vaatteet päällään ja lakki vinossa, kuvastaa hyvin elohopeakerholaisia. He ovat nuorekkaita ja meneviä, vaikka ikää on jo kertynyt. Monet elohopeakerholaiset elävät hyvin aktiivista elämää, myös kerhon ulkopuolella. (Haasteltava b 2009; haastateltava d 2009.)

Missään muualla Suomessa ei Elohopeakerhon toiminta ole yhtä vilkasta kuin Tampereella. Elohopeakerhon toiminta aloitettiin Tampereen seudulla vuonna 1989, ja tähän päivään mennessä toiminta on laajentunut huomattavasti ja kerhosta on tullut todella suosittu. Kerhon suosio kasvaa jatkuvasti, ja tällä hetkellä jäseniä on noin 16 000, joista vuoden aikana 5 000–6 000 jäsentä osallistuu Elohopeakerhon toimintaan aktiivisesti. Säännöllisesti mukana toiminnassa oleva elohopeakerholainen hyötyy jäsenyydestään, koska hän pysyy hyvin mukana pankkielämässä sekä saa tietoa ajankohtaisista asioista, tarjouksista ja tuotteista, joista kerrotaan esimerkiksi Elohopeakerhon matkoilla. Osuuspankki haluaa olla tiiviisti mukana asiakkaan elämänkaaren eri vaiheissa. Tampereen Seudun Osuuspankki ei saa rahallista hyötyä matkojen järjestämisestä, koska matkojen kaikki tuotot menevät matkojen järjestäjille ja yhteistyökumppaneille. Osuuspankki hyötyy matkojen järjestämisestä kuitenkin siten, että matkan aikana he pystyvät tiivistämään asiakassuhdetta ja tavoitteena on saada uudet ja vanhat asiakkaat keskittämään pankkiasiointinsa pelkästään Osuuspankkiin. (Haastateltava b 2009; haastateltava d 2009; haastateltava f 2009.)

2.4 Elohopeakerhon matkat

Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerho järjestää matkoja niin ulkomaille kuin kotimaahankin. Osuuspankki toimii yhteistyössä vastuullisten matkanjärjestäjien Matkapoikien ja Suomen Matkatoimiston kanssa. Elohopeakerho on erityisen tunnettu laadukkaista ja ainutlaatuisista ulkomaanmatkoistaan, jotka ovat todella suosittuja. Mikäli ulkomaanmatkalle haluaa osallistua, tulee asiakkaan ilmoittautua välittömästi mukaan, sillä yleensä matkoihin muodostuu pitkät jonotuslistat, eivätkä kaikki halukkaat matkalle lähtijät mahdu mukaan. Ulkomaanmatkat, etenkin kaukomaihin suuntautuvat matkat, on alusta alkaen järjestänyt Osuuspankin kanssa tiiviissä yhteistyössä oleva Suomen Matkatoimisto. Matkapoikien toimenkuvaan

taas kuuluvat esitteiden laatiminen ja kotimaahan sekä lähi-Eurooppaan, kuten Baltian maihin ja Pohjoismaihin, suuntautuvien matkojen suunnittelu. (Haastateltava e 2009.)

Kaikilla Suomen Matkatoimiston järjestämällä ulkomaanmatkoilla on matkanjohtajana kerhon isäntä Markku Eklöf. Vuodessa järjestetään noin 10–15 ulkomaanmatkaa. Keväisin ja kesäisin järjestettävät ulkomaanmatkat suuntautuvat lähinnä Eurooppaan, kun taas syksyllä ja talvella matkoja tehdään suurimmaksi osaksi kaukomaihin, esimerkiksi Aasiaan. Kotimaanmatkoja järjestetään vuodessa noin 60. (Haastateltava c 2009; haastateltava e 2009.)

Matkojen suunnittelun pääideoijana toimii kerhon vastaava Markku Eklöf, ja työhön ottavat osaa yhteistyökumppaneiden edustajat, jotka ovat Suomen Matkatoimiston Salme Lampinen, Matkapoikien Miia Pakkanen sekä Osuuspankin myyntiryhmä. Myyntiryhmä osallistuu sekä matkojen vetämiseen että matkojen suunnittelun avustamiseen. Yhteistyökumppanit pitävät tiiviisti yhteyttä toisiinsa. (Haastateltava b 2009.)

Tärkeintä on, että kaikilla matkaa suunnittelevilla ja sitä järjestävillä tahoilla, eli Osuuspankillä, Suomen Matkatoimistolla, Matkapojilla, kerhon matkojen kuljettajana toimivalla Lauhamolla, muilla yhteistyökumppaneilla ja maiden oppailla kaikilla on syvä luottamus toisiinsa, jotta asiat toimisivat parhaalla mahdollisella tavalla. He ovat liikkeellä avoimella mielellä ja yhdessä yrittävät löytää asiakaskunnalle sopivimmat ja mielenkiintoisimmat kohteet. On erittäin tärkeää, että matkat ovat turvallisia, luotettavia, mielenkiintoisia ja hauskoja. Kaikki mahdolliset riskit minimoidaan, eikä esimerkiksi mennä levottomille alueille tai kohteisiin, joissa olisi muuten epävakaa olosuhteet tai kriisitilanne meneillään. Lähes ainoa asia, mihin ei voida vaikuttaa, on sää. (Haastateltava a 2009; haastateltava e 2009.)

Uudet elohopeakerholaiset saattavat olla jo tottuneita matkustamaan, joten kerhon toiminnan kannalta vaatimustaso kasvaa. Täytyy siis miettiä miten pystytään tarjoamaan vielä jotain uutta ja mielenkiintoista. Pidempään kerhossa olleet puolestaan ovat Elohopeakerhon kanssa matkustaneet niin monessa kohteessa esimerkiksi kotimaassa, että uusia kohteita on joskus hankala keksiä. Matkoja suunnitel-

lessa pitää lähteä siitä, mikä matkoja suunnittelevia henkilöitä itseäänkin kiinnostaa, eikä miettiä vain vanhemmille ihmisille sopivia kohteita, koska elohopeakerholaiset ovat nuorekasta ja hauskaa porukkaa. Kohteidenkin pitää olla hauskoja, mukavia ja lisäksi tasokkaita. Tämän takia matkojen suunnittelussa vaaditaan ehtymätöntä ideointia ja avoimuutta, jotta pystytään poimimaan parhaat kohteet, nähtävyydet, ruokapaikat, museot, näyttelyt ja kaiken mahdollisen, mitä maailmalla tapahtuu. (Haastateltava c 2009; haastateltava e 2009; haastateltava g 2009.)

Elohopeakerhon matkat ovat turvallisia ja hyvin järjestettyjä, eikä matkoilla jää yksin missään vaiheessa. Matkoille on kiva lähteä tutussa porukassa, jossa on samanikäisiä tamperelaisia, ja tutun matkanjohtajan kanssa. Vaikka kerhon jäsenet ovat elämän eri aloilta, heitä kuitenkin yhdistää kerho ja se, että lähdetään yhdessä jonnekin. Elohopeakerhon matkat ovat erinomainen vaihtoehto yksinäisille ihmisille tai leskille, koska tällä tavalla he pääsevät matkustamaan yhdessä ryhmän kanssa ja saavat myös hotelliin huonetoverin tutusta porukasta. Lisäksi matkoilla tutustuu uusiin samanhenkisiin ihmisiin, ja moni onkin saanut paljon uusia ystäviä näiltä retkiltä. Monet uskaltavatkin paremmin lähteä matkoille, jopa vähän eksoottisempiin kohteisiin, kun on tuttu porukka mukana, eikä tarvitse itse paikan päällä huolehtia mistään. Elohopeakerhon matkoilla ei ole ikinä ollut ongelmia tai käyttäytymishäiriöitä, eikä myöskään vakavia sairauksia tai kuolemantapauksia. (Haastateltava c 2009; haastateltava h 2009.)

Elohopeakerhon matkoilla yksi tärkeimmistä tekijöistä on sosiaalinen yhdessäolo, koska saman porukan kanssa vietetään koko aika yhdessä. Yleensä jos matkoilla on vapaa-aikaa, niin silloinkin elohopeakerholaiset keksivät yhdessä jotain mukavaa tekemistä. Matkojen lähtökohtana on, että lähdetään yhdessä, ollaan yhdessä ja otetaan kaikki hyvin huomioon. Matkoilla on yleensä aina hauskaa ja niillä nautitaan paljon. Vaikka matkat onkin tarkoitettu vain elohopeakerholaisille, saa matkalle kuitenkin ottaa mukaan matkakumppaniksi ystävän tai aviopuolison, joka ei kuulu Elohopeakerhoon tai ole Osuuspankin jäsen. (Haastateltava c 2009; haastateltava j 2009.)

Matkojen lähtökohtana on, että matkalla tapahtuu koko ajan jotain, myös linja-automatkojen ajaksi on keksitty mukavaa ohjelmaa. Jokaiselle matkalle yritetään

keksiä jotain erikoista kivaa ohjelmaa tai tutustumista erikoisiin kohteisiin. Matkoilla tutustutaan tietysti kuuluisimpiin ja tärkeimpiin nähtävyyksiin, mutta näiden lisäksi on keksitty hieman erikoisempiakin kohteita, joihin ei tavanomaisilla seuramatkoilla välttämättä tutustuttaisi. Matkojen tarkoituksena on päästä astetta syvemmälle vieraaseen kulttuuriin ja maahan, niin että nähdään hieman tavallisen ihmisen elämää, eikä vain turisteille tarkoitettuja asioita. Matkoille on yritetty keksiä erilaisia teemoja, esimerkiksi joku matka voi olla enemmän kulttuuripainotteinen ja toinen enemmän maisemapainotteinen. Monet maat on käyty läpi jo useaan kertaan, mutta uusien kerholaisten kanssa käydään taas uudestaan tai yritetään keksiä matkalle edellisestä poikkeava teema. (Haastateltava c 2009; haastateltava d 2009; haastateltava e 2009.)

Elohopeakerho tekee retkiä kohteisiin, joihin olisi vaikea päästä yksikseen, esimerkiksi tutustuminen eduskuntataloon tai retkiä eri tv-ohjelmien kuvauksiin. Matkat ovat hyvä keino tutustua uuteen matkakohteeseen. Kerholaiset saattavat käydä uudessa eksoottisessa maassa tai kaupungissa Elohopeakerhon kanssa, ja kohteeseen tutustuttuaan ja ihastuttuaan voivat sitten myöhemmin tehdä omatoimimatkoja samaan kohteeseen. Vanhemmat kerholaiset eivät ole työkäisenä vapaa-ajallaan matkustaneet kovinkaan paljon, joten heille on Elohopeakerhon myötä syntynyt uusia mukavia vapaa-ajanviettomahdollisuuksia, ja he ovat päässeet kokemaan kaikkea erityistä matkan aikana. Uudemmat kerholaiset saattavat olla jo tottuneita matkustamaan vapaa-ajallaan ja ovat käyneet useammissa maissa. He kuitenkin arvostavat sitä, että matkoilla kaikki on järjestetty valmiiksi ja pääsee ryhmän kanssa matkustamaan. (Haastateltava e 2009; haastateltava i 2009.)

Lisäksi Elohopeakerhon matkoilla pääsee tutustumaan hieman erikoisempiinkin kohteisiin kuin normaaleilla seuramatkoilla. Ulkomaanmatkat ovat juuri elohopeakerholaisille räätälöityjä erikoismatkoja, jotka ovat täysin ainutlaatuisia. Niille on suunniteltu omat matkaohjelmat, valittu parhaimmat suomenkieliset oppaat ja valittu jokaisesta kohteesta tärkeimmät nähtävyydet. Trendinä matkoissa tuntuvat olevan ajankohtaiset kohteet, klassikkomatkat, perinteet ja kulttuuri. Jotkin kohteet ovat todella suosittuja ja niihin tehdään useita matkoja, mutta sitten suosio alkaa hiipua. Kuitenkin matkasta saattaa tulla taas uudestaan suosittu, jos se otetaan myöhemmin uudelleen myyntiin. (Haastateltava f 2009; haastateltava g 2009.)

Elohopeakerhosta, sen järjestämistä matkoista ja muusta Elohopeakerhon toiminnasta kerrotaan laajemmin Elohopeakerhon tietopaketissa (LIITE 2).

2.5 Elohopeakerhon markkinointitavat

Yksi Elohopeakerhon tärkeimmistä markkinoinnin välineistä on kaksi kertaa vuodessa, sekä keväällä että syksyllä, ilmestyvä kerhoesite, joka lähetetään kaikille jäsenille. Esitteen ohella toinen markkinointiväylä on Tampereen Seudun Osuuspankin internetsivuilla oleva Elohopeakerhon tiedotussivu. Siellä on myös asiakkaiden luettavissa uusin Elohopeakerhon esitevihko. Nykyään elohopeakerholaisista osa taitaa internetin käytön, sillä keski-ikä on lähemmäs 55 vuotta, joten internet on olennainen osa nykypäivän Elohopeakerhoa. Lisäksi pankki järjestää erilaisia tilaisuuksia ja tapahtumia kerholaisille, joissa mainostetaan tulevia matkoja ja muistutetaan asiakkaita matkoille ilmoittautumisesta. Kerho saa myös paljon uusia matkailijoita niin sanotun suullisen markkinoinnin avulla, sillä jo matkoilla olleet suosittelevat tuttavilleen matkoja ja sitä kautta ihmiset kiinnostuvat matkoista ja kerhosta. Kun elohopeakerholaisille esitetään jokin uusi matka tai kohde, tärkeintä on, että sinne saadaan tehtyä yksi matka, jonka jälkeen kerholaisilta saadaan palaute matkasta. Jos matka on onnistunut, laittavat matkalaiset sanan kiertämään, eikä muuta markkinointia matkasta oikeastaan tarvitakaan. Toisinaan, jos joihinkin matkoihin kaivataan hieman lisämyyntiä, voi paikallislehdessä tai internetsivuilla olla ilmoitus matkoista, joilla on vielä tilaa. (Haastateltava c 2009; haastateltava e 2009.)

Elohopeakerhon esite on kuitenkin kerhon näkyvin tapa mainostaa itseään ja tulevia matkoja. Esitettä on kerran markkinointitarkoituksessa lähetetty myös muille kuin Elohopeakerhon jäsenille, ja tämä toikin kerholle paljon lisää jäseniä. Kerhoesite on ilmestynyt jo alkuajoista lähtien, ainakin jossain muodossa. (Haastateltava c 2009.) Me saimme työtämme varten tutkittaviksi esitteet vuoden 1995 syyskaudesta alkaen. Kun luimme esitteitä läpi vuosi vuodelta, huomasimme niissä selkeitä käännekohtia, joita olivat muun muassa kerhoisännän vaihtuminen ja Matkapoikien kanssa solmittu yhteistyösopimus. Kerhoesite ulkonäöllisesti, esimerkiksi esitteen koko ja muoto, on kuitenkin pysynyt nykyisen kerhoisännän

Markku Eklöfin kerhon ajalla samankaltaisena, mutta sisällöllisesti muutoksia on tapahtunut huomattavasti. Kerhon ensimmäisellä alkutaipaleella esitteet olivat A4-kokoisia eivätkä ilmestyneet kuin kerran vuodessa. Nykypäivänä kerhoesitteet ilmestyvät kaksi kertaa vuodessa, ovat vihkomuodossa ja sivuja on esitteestä riippuen noin 30. Elohopeakerhon esitteistä kerromme enemmän esitteiden historiikkiosiossa (LIITE 3).

3 SENIORIMATKAILU

Tässä luvussa kerrotaan ensin, mikä on senioreiden osuus väestöstä ja mitkä ovat syyt väestön ikääntymiseen. Seuraavaksi käsitellään termiä ”kolmas ikävaihe” ja kerrotaan kolmannen ikävaiheen matkailijoista. Tämän jälkeen pohditaan senioreiden matkailumotiiveja ja lopuksi kerrotaan siitä, millainen on hyvä seniorimatka.

3.1 Senioreiden osuus väestöstä ja väestön ikääntymisen syitä

Seniori-käsitteen määrittely ei ole vielä täysin vakiintunut, ja se muokkautuu ajan mukaan. Yleensä senioreihin liitetään eläkeikä, mutta ikähaarukka alkaa jo 55-vuotiaista, jolloin henkilö saattaa olla vielä useamman vuoden ajan työelämässä. Henkilön subjektiivinen ikä, toisin sanoen se, että esimerkiksi 60-vuotias voi tuntea itsensä 50-vuotiaaksi, on merkittävä tekijä kulutustottumuksissa ja matkailumieltymyksissä. (Ahtola 2002.)

Matkailun tärkeimpien lähtöalueiden, eli Euroopan teollisuusmaiden väestö ikään-tyy voimakkaasti: vuonna 2000 lähes joka neljäs eurooppalainen oli yli 55-vuotias, ja tulevaisuudessa seniorien osuus koko väestöstä vain lisääntyy (Verhelä 2007, 11–12). Suomen väestö ikään-tyy kansainvälisesti verrattuna huomattavan nopeas-ti. Yli 65-vuotiaiden osuus väestöstä oli 2000-luvulla 15 prosenttia, vuonna 2010 heidän osuutensa nousee noin 17,4 prosenttiin ja vuonna 2030 luku on noin 26,2 prosenttia. Vuonna 2030 siis useampi kuin joka neljäs suomalainen on täyttänyt vähintään 65 vuotta. Väestön vanheneminen merkitsee yksinkertaisimmillaan sitä, että vanhojen ikäryhmien määrä ja suhteellinen osuus koko väestöstä kasvavat. (Matkailualan vuosikirja 2005 2005, 189–191.)

Väestön ikääntyminen johtuu muun muassa väestön kasvun hidastumisesta teolli-suusmaissa, keskimääräisen eliniän noususta ja ihmisten paremmasta terveydes-tä sekä yleisestikin lääketieteen kehittämisestä. Lisäksi ihmiset siirtyvät työelämäs-tä yhä aikaisemmin eläkkeelle. (Verhelä 2007, 11–12.) Alhainen väestönkasvu on suuri tekijä, mutta elämänmuutoksilla on myös ollut erityinen vaikutus väestön vanhenemiseen. Ihmiset elävät pidempään parempien terveyspalvelujen ja hy-

gienia, terveellisempien elämäntapojen sekä ruokavalion vuoksi. Monet vanhemmat ihmiset liikkuvat säännöllisesti ja välttävät tupakointia ja alkoholia. (Douglas, Douglas & Derrett 2001, 261.)

Suomessa suurin syy väestön ikääntymiseen on se, että suuret ikäluokat, eli noin vuosina 1945–1950 syntyneet, vanhenevat. Tällä hetkellä suuret ikäluokat alkavat päästä eläkkeelle, vuoteen 2015 mennessä he siirtyvät eläkkeelle ja suunnilleen vuodesta 2020 lähtien alkavat tarvitsemaan ja käyttämään yhä enemmän ikäihmisille tarkoitettuja palveluita. (Matkailualan vuosikirja 2005 2005, 189–191.)

Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerhon jäsenet ovat kaikki yli 55-vuotiaita. Kerhon jäsenten keski-ikä on tällä hetkellä hieman yli 55 vuotta, kun se aikaisemmin oli noin 70 vuotta. Nyt kun suuret ikäluokat Suomessa alkavat jäädä eläkkeelle, on Elohopeakerholla hyvät mahdollisuudet kasvattaa yhä entisestään jäsenmääräänsä ja saada uusia virkeitä senioreita matkustamaan.

3.2 Kolmannen ikävaiheen matkailijat

Matkailu on hyvin kriisialtis elinkeino, joten alalla onkin jatkuvasti huomioitava yhteiskunnalliset ja väestölliset muutokset (Ahtola 2002). Yhteiskunnan kehittyessä ihmisten roolit heidän elinkaarensa aikana ovat monipuolistuneet ja muuttuneet. On olemassa käsite kolmas ikä, joka tarkoittaa uutta elämänvaihetta, joka sijoittuu eläkkeelle jäämisen ja neljännen iän, varsinaisen vanhuuden, väliin. Kolmas ikä on ajanjakso, jolloin ihmiset vapaina velvollisuuksista ja riippuvuuksista, vielä hyväkuntoisina ja hyvin toimeen tulevina toteuttavat elämälleen asettamiaan perustavoitteita, päämääriä ja unelmia. Se on myös uudenlaisen aktiivisuuden aikaa, jolloin liikutaan, hoidetaan kehoa ja mieltä sekä matkustellaan. Nyt elinkaaren loppuosassa on aktiivinen, itsenäinen yksilö, matkailuelinkeinonkin kannalta mielenkiintoinen seniorikuluttaja. Tulevaisuuden merkittäviksi matkailijoiksi onkin vanhenevassa tässä uusi joukko. Matkailulle uutta tulevaisuutta ovat juuri kolmannen ikävaiheen matkailijat, jotka ovat työelämästä vapaita, nauttivat ansioeläkettä, ovat pirteitä ja melko hyväkuntoisia. (Matkailualan vuosikirja 2005 2005, 120–121, 193.)

Tällä hetkellä aktiivi-iässä olevan sukupolven varallisuusasema on elintason nousun ja varallisuuden periytymisen kautta selvästi parempi kuin aikaisemmillä sukupolvilla. Tulevan senioriväestön kulutuskäyttäytyminen poikkeaa totutusta mallista. Aktiiviajan elämäntapojen on todettu jatkuvan myöhemminkin, joten kulutuskeskeisen elämäntavan oppineet ikäluokat ovat todennäköisesti aivan erilaisia eläkeläisiä kuin 2000-luvun vaihteen ikäihmiset. Muutaman vuoden kuluttua yli 55-vuotiaita senioreja on Suomessa yli 1,5 miljoonaa. (Matkailualan vuosikirja 2005 2005, 120–121.)

Lähes varmasti voidaan sanoa, että matkailumahdollisuuksien ja erilaisten matkailupalvelujen kysyntä kasvaa kolmatta ikäänsä viettävien ikääntyneiden lukumäärän kasvaessa. Ikääntyneiden matkailukysyntä myös moninaistuu ja yksilöllistyy. Kuitenkaan suurin osa ikääntyvistä ei halua tulla identifioituksi vanhana ihmisenä, eli erottautua toisista iän perusteella. Tämä asettaakin erilaisille palveluille ja tuotteille vaatimuksia: vanhuuden sijaan houkuttelee aktiivisuus, omaehtoisuus, yllätyksellisyys ja ehkä myös mahdollisuus palata nuoruuteen. (Matkailualan vuosikirja 2005 2005, 193–194.)

Merkittävä asia palvelujen käytön kannalta on se, että eläkeläiset ovat mieleltään ja elämäntyyliältään nuorempia kuin todellisuudessa iältään. Ihmiset toisin sanoen vanhenevat nykyään myöhemmin kuin ennen. Nykyään senioreilla on usein myös aiempaa kansainvälistä matkustuskokemusta. He ovat aktiivisia matkailijoita ja tulevat myös tulevaisuudessa matkustamaan, kun vapaa-aika lisääntyy entistään. Vanheneminen jossain vaiheessa vaikuttaa matkojen sisältöön siten, että aktiviteetit muuttuvat rauhallisemmiksi, vaikka seniorit ovatkin luonteeltaan ja kulutustottumuksiltaan entistä aktiivisempia, rohkeampia, kokeilunhaluisempia ja vaativampia. (Verhelä 2007, 12.)

Seniorikuluttaja asettaa entistä enemmän hyödyllisyysvaatimuksia suosien terveyttä ja hyvinvointia tukevia palveluja, kuten hierontaa, liikuntaa luonnossa, kulttuuriantia ja paikallisia perusruokia. Lisäksi ostoksia harkitaan vakavasti. Myös ruuan rooli muuttuu iän myötä. Varttuneemmat kuluttajat edellyttävät ruuilta nautittavuutta, elämyksiä ja positiivisia terveysvaikutuksia. Lisäksi liikunta ja kuntoilu näyttäytyvät seniorikuluttajien elämässä. (Matkailualan vuosikirja 2005 2005, 121–122.)

Tulevaisuuden seniorit elävät tavallista arkeaan osin kotona ja osin matkustellen. Tulevaisuuden uuden matkailutuotteen sisältöä pitää miettiä arkielämänä, osana arjen ajanviettoa. Seniorien arkimatkailun sisältöä voisi olla: paikallisten ihmisten luontevuus, palvelujen nautiskelu, ostokset, kävely kylätiellä, ihmisen taitavuuden ja ahkeruuden jälkien tutkiskelu, paikallinen omalaatuisuus, kodikas ja siisti majoitus sekä turvallisuus. Kun ikääntyvien määrä kasvaa, kasvaa myös erilaatuisten erityisryhmien suuruus. Suomessa tulee olemaan aina vain enemmän ikääntyviä golfinpelaajia, lintuharrastajia tai itämaisen vatsatanssin harrastajia, jotka eivät toimintakyvyltään enää ole täysin elämänsä kunnossa, mutta haluavat jatkaa harrastuksiaan siinä määrin kuin se on mahdollista. (Matkailualan vuosikirja 2005 2005, 120–121, 192.) Ikääntyneet haluavat matkoja, jotka on räätälöity heidän toiveidensa mukaisiksi. Ryhmissä saadaan matkoille enemmän sisältöä. Tämän päivän yli 55-vuotiasta ei löhöilyloma enää kiinnosta, vaan heillä on omat kiinnostuksen kohteensa. (Wallenius 2008.) Seniorit voidaan nyt nähdä uutena matkailun asiakasryhmänä, jonka suuntana on uusien elämysten hankkiminen (Ahtola 2002).

Elohopeakerhon jäsenet elävät tällä hetkellä kolmatta ikävaihettaan. He saavat nyt elämäntyönsä tehneinä vain nauttia elämästään ja vapaa-ajallaan esimerkiksi matkustella, ja tehdä asioita, joista ovat haaveilleet. Elohopeakerholaiset ovat mieleltään ja elämäntyyliltään nuorekkaita, eivätkä välttämättä ajattele olevansa senioreita tai ainakaan vanhoja. Niinpä Elohopeakerhon matkat ovat kuin tilauksesta juuri tälle kohderyhmälle erikseen suunniteltuja. Kerhon matkoilla on aina paljon nähtävää ja tekemistä, mutta aktiviteetit tai aikataulu eivät ole liian rankkoja, jotta kaikki matkalla olijat jaksaisivat osallistua, eikä loma olisi uuvuttava vaan virkistävä. Elohopeakerhon matkoilta hankitaan ja saadaan elämyksiä, ja ryhmässä matkustaminen tuo enemmän sisältöä retkille, koska sosiaalinen kanssakäyminen korostuu yhdessä matkaa taitettaessa.

Suuri osa Elohopeakerhon jäsenistä on jo matkustanut aikaisemmin työssään tai vapaa-ajalla. Pitkäaikaiset elohopeakerholaiset ovat päässeet Elohopeakerhon kanssa matkustamaan useaan eri kohteeseen. Tämä nostaakin vaatimustasoa kerhon toiminnan kannalta, koska kerhon matkojen suunnittelijoiden pitää miettiä, millä tavoin he matkoja uudistavat. Tämän takia Elohopeakerhon matkojen suun-

nittelussa vaaditaan ehtymätöntä ideointia ja avoimuutta, jotta pystytään poimaan parhaat kohteet, nähtävyydet, ruokapaikat, museot, näyttelyt ja kaiken mahdollisen, mitä maailmalla tapahtuu. Useat paljon elämänsä aikana matkustaneet Elohopeakerhon jäsenet ovat kuitenkin sitä mieltä, että Elohopeakerhon matkat ovat todella hyvä matkustusmuoto ja aikovat matkustaa tulevaisuudessa kerhon mukana. Heistä on mukavaa, että joku on tehnyt matkan valmiiksi heidän puolestaan, joten he voivat vain nauttia matkasta, jossa on valmiiksi rakennettu ohjelma.

Varallisuustaso Suomessa, kuten myös muualla maailmassa on kasvanut ja varsinkin vanhemmat ihmiset ovat varallisuustasoltaan hyvässä tilanteessa. Elohopeakerhon matkat eivät olekaan halpamatkoja, vaan matkoilta asiakkaat saavat luksusta ja rahoilleen vastinetta. Elohopeakerholaiset pysyvät ajan tasalla myös uusimmista pankkimaailmassa tapahtuvista muutoksista ja uutuuksista, sillä jokaisella matkalla käydään läpi hieman ajankohtaisia asioita.

3.3 Senioreiden matkailumotiivit

Motivaatio tarkoittaa tietynlaista ihmisen sisäistä voimaa, joka suuntaa hänen toimintaansa kohti asetettua tavoitetta ja sen saavuttamista. Tutkittaessa motivaatioita tutkitaan siis syitä ihmisen käyttäytymiseen. Matkailumotiivit ovat ihmisen matkustuspäätöksiin vaikuttavia tekijöitä. Matkailualan yrittäjille on tärkeää saada tietää, miksi asiakas päättää ostaa tietyn tuotteen, mutta jättääkin ostamatta toisenlaisen tuotteen. Siksi tehdäänkin tutkimuksia erilaisten asiakasryhmien matkailumotiiveista. Matkailupalvelun tai -tuotteen ostopäätökseen vaikuttavat ensisijaiset ja toissijaiset motiivit. Ensisijainen matkustusmotiivi tarkoittaa syytä, miksi matkustetaan ja toissijainen motiivi tarkoittaa sitä, miten ja minne päätetään matkustaa. Useat matkailun parissa työskentelevät sanovat, että matkan liikkeellepaneva voima on ennemminkin halu paeta arkiympäristöstä kuin jonkin kohteen vetovoimaisuus. Yhteistä matkailijoiden motivaatioille on niiden itse-orientoituneisuus. Matkailijat ovat kuluttajia, jotka etsivät tyydytystä henkilökohtaisiin tarpeisiin ja nauttivat henkilökohtaisista kokemuksista. (Godfrey & Clarke 2000, 232.) Matkailumotivaatioita käsittelevissä tutkimuksissa esiintyy usein johtavana teemana pakomotiivi ja vastakkaiskäyttämisen motiivi. Pakomotiivi on pyrkimys irrottautua

koti- ja työympäristöstä sekä niihin kuuluvista rutiineista, tavoista ja normeista, niin myös matkailukäyttäytyminen on tämän pyrkimyksen mukaista. Vastakkais- eli inversiokäyttäytymisessä käyttäydytään päinvastoin kuin normaalisti. (Vuoristo 2003, 41.)

World Tourism Organizationin (WTO) tekemissä tutkimuksissa matkustusmotiivit jaotellaan kuuteen eri luokkaan. WTO:n luokittelemat motiivit kertovat ihmisten ensisijaisen matkustusmotiivin, eli matkan tarkoituksen ja syyn miksi matkustetaan. Ensimmäiseen luokkaan kuuluvat työhön liittyvät motiivit, esimerkiksi työmatkat, kokoukset ja koulutustilaisuudet. Toisessa luokassa ovat fyysiset ja fysiologiset motiivit, kuten osallistuminen urheiluun, ulkoilma-aktiviteetteihin tai aktiviteetteihin, joiden tarkoituksena on omasta terveydestä ja hyvinvoinnista huolehtiminen. Esimerkkejä toisesta luokasta ovat lepääminen, rentoutuminen ja etenkin rantalomailu. Kolmanteen matkustusmotiiviluokkaan kuuluvat kulttuuriset, psykologiset ja henkilökohtaiseen oppimiseen liittyvät syyt, esimerkiksi osallistuminen itseä kiinnostaviin vapaa-ajan aktiviteetteihin sekä matkailu tietyissä kohteissa niiden kulttuurin tai perinteen vuoksi. Neljänteen luokkaan kuuluvat sosiaaliset syyt, kuten vierailut sukulaisten ja tuttavien luona sekä muut sosiaalisten suhteiden ylläpitoon liittyvät motiivit. Viidennen luokan motiivit ovat viihde, huvittelu ja nautinto, esimerkiksi urheilutapahtumat, ostosmatkailu sekä vierailu teema- ja huvipuistoissa. Kuudenteen matkustusmotiiviluokkaan kuuluvat uskonnolliset syyt, esimerkiksi pyhiinvaellukselle osallistuminen. (Boxberg & Komppula 2002, 68–69.)

Toissijaiset eli sekundaariset matkustusmotiivit ovat tekijöitä, jotka vaikuttavat siihen, millainen matka tehdään ja mihin kohteeseen. Ensisijaisen matkustuspäätöksen jälkeen matkailija joutuu päättämään minne, milloin ja miten hän haluaa matkustaa, kuinka kauan hän haluaa matkalla olla ja kenen kanssa hän haluaa matkustaa. Matkailijan tekemiä päätöksiä ovat myös valinnat majoituksesta ja aktiviteeteista sekä paljonko matkaan käytetään rahaa. Toissijaiset matkustusmotiivit on jaettu sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Matkailutuotetta myyvä yritys ei pysty vaikuttamaan asiakkaan sisäisiin tekijöihin, joita ovat esimerkiksi elämän olosuhteet sekä asenteet ja käsitykset. Matkailijan asenteista ja käsityksistä merkityksellisimpiä matkailumotiiveja ajatellen ovat käsitykset matkailukohteista ja -organisaatioista, tiettyjen maiden ja kulttuurien suosiminen, pelko tiettyjä matkustusmuotoja koh-

taan, matkan suunnitteluun ja varaamiseen käytettävä aika sekä käsitys rahanarvoisista palveluista. Matkailijan päätöksentekoon vaikuttavia ulkoisia tekijöitä ovat muun muassa globaalit, poliittiset, taloudelliset ja sosiaaliset tekijät, media, matkailuyritysten markkinointitoimenpiteet sekä sukulaisten ja tuttavien mielipiteet. (Boxberg & Komppula 2002, 71.)

Eräässä tutkimuksessa selvitettiin Jyväskylän Eläkeläiset Ry:n jäsenten matkailumotiiveja ja niihin vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksesta selvisi, että ikäihmisten tärkeimpiä matkailumotiiveja ovat turvallisuus, miellyttävä ilmasto, kauniit luonnonmaisemat, laadukas majoitus ja luonnon läheisyys. Lisäksi heitä motivoi yleinen virkistäytyminen lomakohteessa, jossa he voivat luottaa laadukkaaseen majoitukseen ja miellyttävään ilmastoon. Vähemmän houkuttelevia tekijöitä ovat omien rajojen kokeilu tai fyysiset aktiviteetit, mutta pelkkää lepoakaan lomalta ei haeta. Ikääntyneille eivät matkojen aktiviteetit ole olennainen asia vaan tärkeintä on olla ylipäättään matkalla, poissa kotoa. Nykyajan senioreilla on aikaa, rahaa ja halua nähdä maailmaa eläkepäivinä. (Vänskä-Kauhanen 2006.)

Tutkimuksen mukaan koulutus ja siviilisäätty vaikuttavat monien eläkeläisten matkailumotiivien taustalla. Vähemmän koulutetut arvostavat laatulomaa läheisten kanssa, kun taas enemmän koulutetut suosivat kulttuuri- ja aktiivimatkoja. Heille matkojen symboliset merkitykset ovat tärkeitä, koska niillä tavoitellaan usein sosiaalista arvostusta. Vähemmän koulutetut ovat turvallisuushakuisempia, eivätkä pidä muutenkaan matkustamista niin tärkeänä. Myös yksinäisyydellä on oma vaikutuksensa, koska moni vanhus kokee arkensa ankeaksi. Yksinäisyys saattaa ohjata harkitsemaan matkalle lähtöä, ja matkoilta haetaan arjesta puuttuvia sosiaalisia kontakteja. (Vänskä-Kauhanen 2006.)

Tutkimuksesta käy ilmi myös se, että ikääntyneiden terveydellinen tilanne vaikuttaa siihen, millainen lomatyyppe valitaan. Terveet seniorit suosivat loman valinnassaan luonnon läheisyyttä ja kauneutta. Hyväkuntoiset seniorit arvostavat aktiivilomia, kun taas heikkokuntoiset ikääntyneet arvostavat enemmän turvallisuutta ja suosivat järjestettyjä kotimaan ryhmämatkoja. Myös fyysisesti huonokuntoisille, luonto on tärkeä, mutta terveydentilan rajoituksien takia he arvostavat enemmän hyvissä ravintoloissa vierailemista ja uusien ihmisten tapaamista. Mikäli seniorei-

den terveydentila ja taloudelliset seikat sallivat, haluavat he vielä eläkeaikana uusia kokemuksia ja arvostusta, myös matkailun parista. Senioreita ei kuitenkaan voida yksiselitteisesti niputtaa ”vanhoiksi”, vaan eläkeikäisten keskuudessa esiintyy kaikenlaisia tarpeita ja haluja, jotka heijastuvat matkailukäyttäytymiseen. (Vänskä-Kauhanen 2006.)

Tampereen Seudun Osuuspankin elohopeakerholaisten matkailumotiivit ovat varmasti samankaltaisia kuin muidenkin ikäihmisten matkailumotiivit. Eläkkeellä ollessa on helppoa matkustaa, koska on paljon ylimääräistä aikaa, eikä ole enää lapsia mukana. Kun työt ovat loppuneet ja jos puoliso on saattanut menehtyä, on hyvä keksiä joku mukava harrastus, esimerkiksi matkustelu, jotta elämään ei tulisi tyhjiötä. Monet eläkeläiset saattavat olla yksinäisiä, joten Elohopeakerhon matkoilta saa arkeen piristystä ja uusia ystäviä, joihin on matkoilla tutustunut. Elohopeakerholaisten tärkeimpiä matkoille lähdön syitä tuntuvat olevan muiden kerholaisten seura ja matkanjohtaja Markku Eklöf. Kohde ei siis välttämättä olekaan ensisijainen matkalle lähdön syy.

Elohopeakerholla on tarjolla paljon erityyppisiä matkoja, ja jokaiselle pitäisi löytyä itselle sopiva ja kiinnostava matka. Esimerkiksi ulkomaanmatkojen matkakuvauksiin on merkitty, onko matkoilla paljon vai vähän kävelyä, jotta asiakkaat voivat itse miettiä, jaksavatko he osallistua matkalle. Matkoja on paljon eri tasoisia, jotta parempikuntoisille olisi riittävästi haastetta ja että huonompikuntoisetkin pääsisivät osallistumaan sitten toisen tyyppisille matkoille.

3.4 Millainen on hyvä seniorimatka?

Vahva seniorimatkailutuote on elämäkokemusta arvostaen rakennettu. Seniorimatkailu ei välttämättä toimi ilman, että mukana on myös esineitä, asioita ja ihmisiä, joilla on takanaan runsaasti elettyä elämää. Silti uusi ja nuori myös virkistää elinvoimallaan. Molempia elementtejä pitääkin olla toimivassa seniorimatkassa. Tutkijat ennakoivat, että seniorit tulevat olemaan ahkeria kulttuuripalvelujen käyttäjiä. Esimerkiksi kesäteatterit, konsertit, taidenäyttelyt ja rakennuskulttuuri vetävät matkailijoita, etenkin senioreita. Tulevaisuudessa senioreiden kiinnostus esimer-

kiksi lavatansseja ja hengellisiä tapahtumia matkakohteena kohtaan saattaa kasvaa. Nykyisin seniorimatkailijat haluavat suunnitella matkojaan paremmin ja sivuuttaa suurten kaupunkien matkailutarjonnan, löytääkseen pienten kuntien matkailuaarteet. (Matkailualan vuosikirja 2005 2005, 122–124.)

Seniorimatkailun trendeinä korostuvat elinvoimaisuus, tunteikkaus, esteettisyys sekä kulutuksesta ja elämyksistä nauttiminen. Kielitaidon kasvu ja tottuneisuus matkailuun ovat vaikuttavia tekijöitä. Seniorit ovat ostokykyisiä, kokeilunhaluisia ja yhä vaativampia ja valikoivampia yksilöitä, jolloin esimerkiksi hyvinvointimatkailu täytyy käsittää hyvää oloa lisäävänä sosiaalisena loma- ja virkistystoimintana. (Ah-tola 2002.) Trendeinä Elohopeakerhon matkoissa tuntuvat olevan ajankohtaiset kohteet, perinteet, kulttuuri ja klassikkomatkat, joita on tehty jo moneen kertaan, mutta aina riittää uusia kiinnostuneita.

Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerhon matkat ovat hyvä esimerkki hyvästä seniorimatkasta. Matkat ovat täysin omalle kohderyhmälleen suunniteltuja ja räätälöityjä. Kaikki matkaan liittyvä on valmiiksi suunniteltu, ja asiakas on maksanut kaikesta jo etukäteen. Matkojen hintaan kuuluu aina tilausajo kohteeseen tai ulkomaanmatkoilla kuljetus lentokentälle, retkiohjelma lähes jokaiselle päivälle (sisältää esimerkiksi kuljetukset ja sisäänpääsyn kohteeseen), hyvätasoinen majoitus (yleensä 4–5 tähteä), hotellissa vähintään puolihoito, ruokailut paikallisissa ravintoloissa ja ruokajuomat sekä suomalainen opas. Asiakkaan tarvitsee vain istua yhteistyöyrittäjä Lauhamon liikenteen linja-auton kyytiin ja vaikka jättää rahat kotiin, koska matkoilla ei välttämättä rahaa tarvitse, ellei halua ostaa esimerkiksi matkamuistoja. Elohopeakerhon matkojen mottona voisikin olla erään matkalaisen lausahdus: ”Rahapussi kotiin ja aivot Keskustorille”. Elohopeakerhon mukana matkalla ei siis tarvitse huolehtia mistään, koska voi vain mennä ryhmän mukana valmiin ohjelman mukaisesti.

Elohopeakerhon matkojen suunnittelijat tarvitsevat avoimen mielen ja idearikkaan pään. Matkoja suunnitellessaan heidän pitää lähteä liikkeelle siitä, mikä heitä itseäänkin kiinnostaa eikä miettiä vain vanhemmille ihmisille sopivia kohteita, koska elohopeakerholaiset ovat nuorekasta ja hauskaa porukkaa. Kohteidenkin pitää olla hauskoja, mukavia ja toisinaan nuorekkaita. Uusien matkojen keksiminen on kui-

tenkin haastavaa, koska Elohopeakerho on kiertänyt Suomea jo niin paljon, joten jäljellä ei ole enää kovin monta kohdetta, jossa ei olisi käyty. Ulkomaan kohteissa on edelleen paljon nähtävää ja koettavaa ja elohopeakerholaisille järjestetään hyvin eksoottisiakin matkoja.

4 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Tässä pääluvussa perehdytään toiminnallisen opinnäytetyön tekoon ja sille asetettuihin vaatimuksiin sisällön ja muun kokonaisuuden suhteen. Lisäksi tässä luvussa käsitellään teoriaa kvalitatiivisesta tutkimuksesta ja kerrotaan omasta tutkimuksesta.

4.1 Toiminnallisen opinnäytetyön määrittely ja ohjeistus

Opinnäytetyö on mahdollista tehdä eri tavoilla ja erilaisia tutkimusmenetelmiä käyttäen. Toiminnallinen opinnäytetyö on yksi opinnäytetyön muodoista. Muita opinnäytetyön tekotapoja ovat muun muassa tutkimuslähtöinen työ, ongelmanratkaisurakenteinen tai produktiivinen työ. Toiminnallinen opinnäytetyö sekä hanke- ja raportti rakentuvat tietyllä kaavalla: alkuun tulee johdanto, seuraavaksi katsaus ilmiöön tai ympäristöön, sitten tuotteen tai toiminnan kuvaus ja lopuksi työn pohdintaosuus. (Väisänen 2005.) Idea toiminnallisen opinnäytetyön tekemiseen voi tulla mieleen esimerkiksi koulutukseen liittyvien opintojen kautta. Lisäksi toiminnallisen opinnäytetyön laatimisessa voi hyödyntää omaa koulutustaan ja kaikkia kertyneitä tietoja ja taitoja. Toiminnallinen osuus ja tietopohja ovat toiminnalliseen opinnäytetyöhön kuuluvat perusosat. Mikäli tekijä tai ryhmä haluaa, voi työtä täydentää kvantitatiivisella tai kvalitatiivisella tutkimuksella. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tulisi olla mukana toimeksiantaja. Toiminnallisen opinnäytetyön tekemällä pääsee hyvin käsiksi käytännön työelämään ja varmasti saa hyötyä tulevaisuutta varten ennen työelämään siirtymistä, sillä järjestelemiseen liittyy paljon pieniä käytännön seikkoja, jotka tulee ottaa huomioon. (Vilkka & Airaksinen 2004, 16–17.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä on käytössä akateemisen kirjoittamisen säännöt. Kirjoittamiseen tuo haasteita erityisesti raportin rakenteeseen liittyvät ratkaisut ja tutkimuksen joidenkin osa-alueiden pohdinta (esimerkiksi persoonamuotojen valinta, argumentoinnin, eli perustelujen tavat ja ilmaisujen tyyli, vaikkapa sanavalintoja). Oma alueensa on produktin, toisin sanoen toiminnallisen osan mahdolli-

set tekstiosuudet, joita ei kirjoiteta tutkimusraportoinnin keinoin vaan tekstilaji, vastaanottaja sekä viestintätilanne huomioon ottaen. Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa jokin produkti, kuten esine, opas, ohjekirja, tapahtuma, näyttely, kokous, kongressi, portfolio tai historiikki. Tavoitteena on kuitenkin konkreettinen tuotos, ei tutkimus. Produkti yksin ei riitä toiminnalliseen opinnäytetyöhön, vaan produktista tulee kirjoittaa myös toiminnallisen opinnäytetyön raportti. Raportin tulee sisältää argumentoivaa, kriittistä, analysoivaa sekä sidoksissa valittuun tietoperustaan olevaa tekstiä, joka tietenkin liittyy myös koulutusalaan. (Vilkkä & Airaksinen 2004, 16–17.)

Ennen toiminnallisen opinnäytetyön teon aloittamista tulisi laatia työstä tutkimussuunnitelma. Suunnitelmassa tulisi käydä läpi miten konkreettinen kehittämistyö tehdään tai projekti toteutetaan. Suunnitelma koostuu seuraavista kohdista: mitkä ovat opinnäytetyön projektin tavoitteet, lähtötilanne, josta projekti käynnistyy, kuvaus työvaiheista, eli suunnitelma siitä miten työ toteutetaan sekä projektin dokumentointi: muistiinpanot, kuvaus, materiaalit ja muut vastaavat. (Väisänen 2005.)

Opinnäytetyössä teoriaosuus toimii pohjana toiminnallisen osuuden suorittamiseen. Toiminnallisen työn voi tehdä joko yksin tai ryhmässä toiminnallisen osuuden laajuudesta riippuen. Tällöin tulee tehtäväjaon olla kaikille selvää, mikäli työ laaditaan usean ihmisen toimesta. Meidän työssämme eri osuudet, haastattelut, historiikin kirjoittaminen sekä teoriaosuuden laatiminen jaettiin tasapuolisesti. Kummallekin riitti tehtävää ja osuudet oli helppo jakaa. Opinnäytetyössämme toiminnallinen osuus on Elohopeakerhon historiikin kirjoittaminen 20 vuoden ajalta sekä tietopaketti Elohopeakerhosta. Opinnäytetyömme tietoperusta koostuu seniorimatkailun ja historiikin kirjoittamisen teoriasta.

Teimme opinnäytetyössämme kvalitatiivista tutkimusta. Kvalitatiivisena tutkimusmuotona käytimme haastatteluja. Haastatteluiden motiivina meillä oli saada tietoa historiikin laatimista varten. Käsitlemme tarkemmin omaa tutkimustamme ja valintojamme sekä kvalitatiivista tutkimusta kokonaisuudessaan myöhemmin omissa luvuissaan.

4.2 Opinnäytetyöpäiväkirja

Opinnäytetyöpäiväkirja kuuluu toiminnallisen opinnäytetyön tekemiseen. Päiväkirjaan on tarkoituksena kirjata mitä tehdään ja milloin. Sen voi tehdä monella tapaa, mutta päätarkoitus on kuitenkin auttaa tekijää hahmottamaan koko projekti. (Vilkkä & Airaksinen 2004, 19–20.)

Tammikuussa 2009 päätimme tehdä opinnäytetyön yhdessä ja aloimme pohtia mahdollisia toimeksiantajia Tampereen alueella. Kiertelimme Tampereen eri matkailualan yrityksissä ja tiedustelimme mahdollista tarvetta opinnäytetyölle. Tämä ei kuitenkaan tuottanut tulosta. Lopullinen idea tuli Maija Helinin äidiltä, joka työskentelee Tampereen Seudun Osuuspankissa. Hän kertoi Elohopeakerhosta ja siitä, että se järjestää matkoja, joten aiheemme voisi liittyä siihen. Elohopeakerho kuulosti mielenkiintoiselta, joten otimme ensin yhteyttä Elohopeakerhon yhteistyökumppanin Suomen Matkatoimiston yhteyshenkilöön Salme Lampiseen. Emme kuitenkaan vielä keksineet aihetta, joten olimme yhteydessä kerhon isäntään Markku Eklöfiin, joka itse ehdotti, että jonkinlainen historiikki kerhon toiminnasta olisi tarpeellinen. Aihe kuulosti mielenkiintoiselta ja päätimme tehdä siitä toiminnallisen opinnäytetyön. Lisäksi päätimme, mistä työn tietoperusta voisi koostua. Palautimme aiheanalyysin maaliskuussa 2009.

Totesimme, että historiikkia varten meidän pitää itse kerätä kaikki materiaali Elohopeakerhon liittyen, koska aikaisempaa tietoa ei ollut saatavilla. Päätimme kerätä tiedon haastatteluilla. Varsinainen työn tekeminen alkoi pohtimalla mahdollisia haastateltavia ja haastattelukysymysten laatimisella. Vuoden 2009 kesän ja syksyn aikana suoritimme kaikki haastattelut ja litteroinnit, jotta pääsisimme työsämme alkuun. Tämän jälkeen muutimme hieman alkuperäisiä ideoita teoriaosuuksista ja kirjoitimme vähän opinnäytetyön varsinaista teoriaosuutta. Palautimme alkuraportin marraskuussa 2009.

Alkuraportin jälkeen aloimme heti koota väliraporttia, eli kirjoitimme opinnäytetyön tietoperustaa. Palautimme väliraportin tammikuussa 2010. Väliraportin jälkeen kirjoitimme työmme toiminnalliset osuudet, jotka olivat historiikki ja tietopaketti, sekä lisäsimme ja korjasimme työn teoriaosuuksia. Lähetimme valmiin historiikin ja tie-

topaketin toimeksiantajallemme tarkistettavaksi. Teimme niihin vaadittavat pienet korjaukset ja viimeistelimme opinnäytetyömme valmiiksi helmikuussa 2010.

4.3 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen tutkimus tarkoittaa laadullista tutkimusta. Toinen tutkimustyyppi on kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus. Molemmissa tutkimustyypeissä on joitain samankaltaisuuksia, mutta pääosin tutkimukset ovat hyvin erilaiset. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tärkeintä on tutkia merkityksiä sekä ihmisten omia tuntemuksia ja kuvauksia. Kvalitatiivisen tutkimuksen päämääränä on tehdä tutkijan omia tulintoja ja päätelmiä, kerätyn materiaalin perusteella. Esimerkiksi erityyppiset haastattelut, havainnointi ja dokumentaatio ovat kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiä. Laadullinen tutkimus aloitetaan tekemällä ensin tutkimussuunnitelma. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 156.)

Lähtökohtana kvalitatiivisessa tutkimuksessa on todellisen elämän kuvaaminen. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Yleisesti voidaankin todeta, että kvalitatiivisessa tutkimuksessa on pyrkimyksenä ennemmin löytää tai paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo olemassa olevia väittämiä. (Hirsjärvi ym. 2008, 157.) Laadullisiksi nimitetyt tutkimukset rakentuvat aiemmista tutkittavasta aiheesta tehdyistä tutkimuksista ja muotoilluista teorioista, empiirisistä aineistoista, jotka ovat lähinnä tekstimuotoisia sekä tutkijan omasta ajattelusta ja päättelystä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a).

Kvalitatiivisen tutkimuksen yleisimmät aineistonkeruumenetelmät ovat haastattelu, kysely, havainnointi ja erilaisiin dokumentteihin perustuva tieto. Mitä vapaampi on tutkimusasetelma, sitä luontevampaa on käyttää havainnointia, keskustelua tai omaelämäkertoja aineiston hankinnan menetelminä. Mitä virallisempi ja strukturoidumpi tutkimusasetelma on, sitä enemmän edellytetään kokeellisia menetelmiä ja strukturoituja kyselyjä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71.)

Päätimme opinnäytetyössämme tehdä Elohopeakerhon toimintaan ja matkoihin liittyvää kvalitatiivista tutkimusta. Aineistonkeruumenetelmäksi valitsimme haastat-

telun ja nimenomaan puolistrukturoidun, eli osittain jäsennellyn haastattelumuodon. Lisäksi teimme dokumentteihin perustuvaa kvalitatiivista tutkimusta, kun tutkimme ja analysoimme Elohopeakerhosta tehtyä videota sekä kerhon matkojen esitteitä

4.3.1 Haastattelu

Haastattelu on yksi käytetyimmistä tiedonkeruutavoista. Haastattelussa tutkija ja haastateltava keskusteleivat haastattelutyypistä riippuen enemmän tai vähemmän järjestelmällisesti tai laveasti asioista, jotka kuuluvat tutkimusaiheeseen. Tutkimushaastattelulla on selkeä päämäärä: tutkimustehtävän suorittaminen. Haastattelua käytetään tutkimusaineiston saamiseksi, ja aineistoa on tarkoitus analysoida ja tulkita tieteellisen tutkimustehtävän selvittämiseksi. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 34, 42.) Jotta saataisiin mahdollisimman paljon tietoa, on järkevää antaa haastattelukysymykset tai aiheet haastateltavalle jo hyvissä ajoin etukäteen tutustuttavaksi. Haastattelun onnistumisen kannalta siis suositellaan, että haastateltavat voisivat tutustua kysymyksiin, teemoihin tai ainakin haastattelun aiheeseen etukäteen. Käytännössä tämä toteutuu, kun haastatteluluvasta ja ajankohdasta sovitaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73.)

Haastattelun ideana on, että kun halutaan tietoa ihmisten elämästä, heidän työstään tai siihen liittyvästä toiminnasta, onkin viisainta kysyä asioita ihmisiltä itseltään (Hirsjärvi & Hurme 2001). Haastattelu on ainutlaatuinen tiedonkeruumenettelmä, koska siinä ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Tästä on sekä etua että haittaa. Suurena etuna on se, että haastattelussa voidaan säädellä aineiston keruuta joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla ja vastaajia myötäillen. Lisäksi aiheiden järjestystä on mahdollista säädellä ja vastauksia on mahdollista tulkita enemmän. Vastaajiksi suunnitellut henkilöt saadaan yleensä mukaan tutkimukseen ja heidät on helppo tavoittaa myöhemminkin, jos aineistoa pitää täydentää. (Hirsjärvi ym. 2008, 199–201.) Lisäksi haastattelun etuna on, että haastattelija voi samalla toimia myös havainnoitsijana. Muistiin voidaan kirjoittaa paitsi se, mitä sanotaan, myös se, kuinka sanotaan. Haastatteluluvasta sovitaan yleensä henkilökohtaisesti, joten haastateltavat luvan annettuaan harvoin

kieltäytyvät haastattelusta tai kieltävät haastattelunsa käytön tutkimusaineistona. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73–74.)

Monet seikat, joita pidetään haastattelun hyvinä puolina, sisältävät myös ongelmia. Haastattelun haittoina onkin se, että se itsessään vie aikaa ja lisäksi haastattelun teko edellyttää huolellista suunnittelua ja kouluttautumista haastattelijan rooliin ja tehtäviin, ja tämä vie aikaa. Haastatteluun sisältyy myös monia virhelähteitä, jotka aiheutuvat haastattelijasta, haastateltavasta ja itse tilanteesta kokonaisuutena. Haastateltava voi kokea haastattelun itseään uhkaavaksi tai pelottavaksi, antaa vain sosiaalisesti suotavia vastauksia tai antaa tietyistä aiheista tietoa, vaikka niitä ei kysytäkään. Haastatteluaineisto on konteksti- ja tilannesidonnaista. Tästä syntyy se pulma, että tutkittavat saattavat puhua haastattelutilanteessa toisin kuin jossa-kin toisessa tilanteessa. (Hirsjärvi ym. 2008, 201–202.) Haastatteluihin saatetaan myös suhtautua liian realistisesti olettaen, että ihmiset kertovat asioista niin kuin ne todella ovat, eikä osata huomioida virhelähteitä (Hirsjärvi & Hurme 2001).

Haastattelutyyppejä ja -tapoja on monia ja lisäksi haastatteluja voidaan jaotella eri perustein. Erilaisia haastattelumuotoja ovat: avoin haastattelu, teemahaastattelu, strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu sekä ryhmähaastattelu. Haastattelutyyppit voidaan jakaa myös karkeasti kahtia lomakehaastatteluun eli strukturoituun haastatteluun, jossa on valmiiksi muotoillut järjestelmälliset kysymykset ja vastausvaihtoehdot, sekä puolistrukturoituihin ja strukturoimattomiin, avoimiin, haastatteluihin, joissa kysymysten esittämistavat vaihtelevat ja joissa ei ole tarjolla valmiita vastausvaihtoehtoja. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 43–44.) Se, kuinka tarkka tai muodollinen haastattelu ja kysymykset ovat, riippuu siitä, millaista tietoa tavoitellaan (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006b). Haastattelut voidaan toteuttaa yksilöhaastatteluna, parihaastatteluna tai ryhmähaastatteluna, ja näitä haastattelumuotoja voidaan käyttää tutkimuksessa myös toisiaan täydentämään. Valinta riippuu siitä, keitä haastateltavat ovat ja mikä on tutkimuksen aihe. (Hirsjärvi ym. 2008, 205.)

Puolistrukturoitu haastattelu etenee niin, että kaikille haastateltaville esitetään samat tai lähes samat kysymykset samassa järjestyksessä (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47). Käytännössä puolistrukturoidusta haastattelusta käytetään toisinaan nimitystä

teemahaastattelu, esimerkiksi silloin, jos haastattelussa esitetään tarkkoja kysymyksiä tietyistä teemoista, mutta ei välttämättä käytetä juuri samoja kysymyksiä kaikkien haastateltavien kanssa (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006c). Teemahaastattelussa ei voi kysellä ihan mitä tahansa, vaan siinä pyritään löytämään merkityksellisiä vastauksia tutkimuksen tarkoituksen ja ongelmanasettelun tai tutkimustehtävän mukaisesti. Etukäteen valitut teemat perustuvat tutkimuksen viitekehykseen, tutkittavasta ilmiöstä jo tiedettyyn. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.) Monissa ensimmäisissä opinnäytetöissä haastattelu saattaa muistuttaa puolistrukturoitua haastattelua, koska haastattelulle on mietitty teemat, mutta teemojen lisäksi on valmisteltu tarkkoja kysymyksiä, jotka kaikki esitetään haastateltaville. Puolistrukturoitu haastattelu sopii tilanteisiin, joissa on päätetty haluta tietoa juuri tietyistä asioista, eikä haastateltaville siksi haluta tai ole tarpeellista antaa kovin suuria vapauksia haastattelutilanteessa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006c.)

4.3.2 Laadullisen aineiston analyysi

Analyysillä tarkoitetaan empiirisen tutkimuksen yhteydessä aivan arkisia asioita, kuten aineiston lukemista huolellisesti, tekstimateriaalin järjestelyä, sisällön ja/tai rakenteiden erittelyä, jäsentämistä ja pohtimista (mitä aineisto sisältää, mistä siinä kerrotaan, millä tavoin ja missä määrin). Analyysi voi olla myös sisällöllisen aineksen luokittelemista esimerkiksi eri aiheiden ja teemojen perusteella. Ideana on siis saada kirjavasta ja toisinaan runsaasta tekstimassasta selvää – kiteyttää haastattelujen tai kertomusten sisältöjä tai rakennetta ja tarkastella tutkimusongelmien kannalta keskeisten seikkojen esiintymistä ja ilmentymistä teksteissä. Analyysin avulla tutkija myös lisää aineiston informaatioarvoa: hän tiivistää aineistoa ja tulkitsee sitä. Loppujen lopuksi tutkijalla pitäisi olla kasassa jotain enemmän kuin vain aineistoa alkuperäismuodossaan. Analyysi voidaan ymmärtää näkökulmien ottamiseksi ja aineiston tiivistämiseksi eri tavoin. Analyysi voidaan lisäksi nähdä tapana käydä systemaattisesti aineistoa läpi etsimällä joko sisällöllisiä tai rakenteellisia yhteneväisyyksiä ja eroja. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006d.)

Analyysin tekemistä suuntaa tutkimusongelma. Tutkimusongelmaan on etsittävä näkökulmia, on kysyttävä, mitä sellaista aineistossa on, mikä liittyy tutkimustehtävään. Analyysin etenemistä määrittelee myös olennaisesti se, ollaanko kiinnostuneita sisällöistä (mitä aineistossa on ja mitä kerrotaan) vai onko huomio painottunut ilmaisuun ja kielenkäyttöön (esimerkiksi miten puhutaan ja millä tavalla perustellaan). (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006d.) On huomattava, että laadullisen tutkimuksen aineistosta löytyy aina useita kiinnostavia asioita, joita ei ole ehkä etukäteen osannut edes ajatella. On kuitenkin valittava vain jokin tarkkaan rajattu, kapea ilmiö, mutta siitä onkin kerrottava kaikki, mitä irti saa. Se, mistä juuri tässä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita, näkyy tutkimuksen tarkoituksesta ja tutkimusongelmasta tai tutkimustehtävästä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91–93.)

Perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä, on sisällönanalyysi. Sen avulla voidaan tehdä monenlaista tutkimusta. Sisällönanalyysillä pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa. Tällä tavalla saadaan kerätty aineisto kuitenkin vain järjestyksi johtopäätösten tekoa varten. Ongelmana on kuitenkin, jos tutkija on kuvannut analyysia hyvinkin tarkasti, mutta ei ole kyennyt tekemään tutkimuksessa mielekkäitä johtopäätöksiä vaan esittelee järjestetyn aineiston ikään kuin tuloksina. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 103.) Esimerkkinä toimii myös teemahaastatteluaineiston analysoiminen, jossa aineisto järjestellään esimerkiksi haastatteluteemoittain, minkä jälkeen aineistoa tarkastellaan tehden muistiinpanoja ja mahdollisesti tarkempia koodauksia. Tutkija pyrkii tiivistämään teemojen keskeisen annin omin sanoin ja liittämään mukaan tulkintoja ja teoriaa. On hyvä muistaa, että haastattelujen teemat eivät välttämättä noudata etukäteen suunniteltua runkoa. Haastattelupuheessa esiin nousevat teemat eivät välttämättä noudata täysin tutkijan tekemän kysymyksen sisältöteemaa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006e.)

Olennaisinta on, että analyysin parissa työskentelevä perustelee valintansa ja selittää, miksi hän on mitään tehnyt, jotta tutkimuksesta tulee perusteltu, uskottava ja mahdollisimman luotettava. Etsimisprosessia ohjaa kaiken aikaa tutkimusongelma: mitä aineistossa kerrotaan kiinnostuksen kohteena olevasta ilmiöstä – miten tutkimusongelmaan liittyvät löydökset saadaan tiivistettyä ja tulkittua. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006e.)

4.3.3 Luotettavuus kvalitatiivisessa tutkimuksessa

Luotettavuuden arviointi on keskeinen osa tieteellistä tutkimusta, koska tutkimukselle on asetettu tiettyjä normeja ja arvoja, joihin sen tulisi pyrkiä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006f). Todellisuutta voidaan tarkastella monista eri näkökulmista, ja näkökulman valinta osittain sanelee myös tulokset. Tulosten tulisi olla luotettavia, mutta luotettavatkin havainnot saattavat olla puolueellisia esimerkiksi siten, että ne tarkastelevat asiaa vain yhdeltä näkökannalta. (Uusitalo 2001, 25.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa luotettavuutta voidaan tarkastella vastaavuuden, siirrettävyyden, pysyvyyden ja uskottavuuden näkökulmasta. Laadullisen tutkimuksen totuudellisuus perustuu vastaavuuteen, joten tutkijan on pystyttävä osoittamaan, että tutkimuksen tuottamat mallit tai tulkinnat tutkittavien ihmisten ajatuksista ja elinympäristöistä vastaavat alkuperäisiä malleja. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tulokset pitää pystyä yleistämään, mutta kvalitatiivisessa tutkimuksessa tulosten pitää olla siirrettäviä. Siirrettävyys toiseen kontekstiin edellyttää tutkimusympäristön ja sovellusympäristön riittävää samanlaisuutta. Siirrettävyyttä pitää tutkijan lisäksi arvioida myös tulosten hyödyntäjien näkökulmasta. Tämän mahdollistaa se, että tutkija kuvaa riittävästi aineistoaan ja tutkimustaan. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on suoritettava pysyvyyden arviointia erityisesti silloin, kun tutkimuksen kuluessa voi ilmetä vaihtelua tutkijassa itsessään, esimerkiksi haastattelutekniikan oppimista, ympäröivissä olosuhteissa tai itse tutkittavassa ilmiössä, esimerkiksi haastattelutilanteen toimiminen tiedostusprosessina. Uskottavuus laadullisessa tutkimuksessa liittyy lähinnä objektiivisuuden arviointiin. Luotettavuuden varmistamisen tekniikoita on muun muassa aineistojen, menetelmien sekä tulosten esittäminen julkisena. (Kasvatustieteellinen tiedekunta 2008.)

Validiteetti on laadullisessa tutkimuksessa yleensä tärkeämpää kuin reliabiliteetti. Validiteetissa on kyse siitä, onko tutkimus pätevä, onko se perusteellisesti tehty, ovatko saadut tulokset ja tehdyt päätelmät "oikeita". Tutkimuksessa voi ilmetä virheitä muun muassa siinä, että tutkija näkee suhteita tai periaatteita virheellisesti, ei näe niitä ollenkaan tai kysyy vääriä kysymyksiä. Validiteettiin liittyy keskeisesti kysymys myös siitä, millaisena sosiaalinen todellisuus nähdään ja millainen käsitys

kielestä tutkijoilla on. Pätevyys kvalitatiivisessa tutkimuksessa, etenkin jos tutkimuksen ei oletetakaan kuvaavan todellisuutta suoraviivaisesti, voidaan ymmärtää pikemminkin uskottavuudeksi ja vakuuttavuudeksi: kuinka hyvin tutkijan rakennelmat vastaavat tutkittavien tuottamia ja kuinka hyvin tutkija esittää nämä rakennelmat ymmärrettäväksi myös muille. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006g.)

Tutkimuksella voidaan aina vain raapaista tai koskettaa tutkittavan ilmiön pintaa, eikä tutkittavaa ilmiötä kyetä koskaan kuvaamaan raportissa täysin sellaisena kuin se tutkimustilanteessa tai tutkijalle ilmenee. Tutkimus ei voi yleensä koskaan tuottaa täydellistä ymmärrystä asioista. Luotettavuutta pohdittaessa on mietittävä, miten tutkimuksen luonne ja tutkimusaihe ovat mahdollisesti saattaneet vaikuttaa siihen, kuinka tutkimukseen osallistuneet ovat vastanneet. On hyvä suhtautua tutkimustuloksiin kriittisesti ja pohtia sitä, mitä ja mistä ne oikein kertovat. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006g.)

4.4 Oma tutkimus

Mielestämme paras tapa kerätä tietoa Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerhon matkoista tehtävään historiikkiin oli haastatella eri tahoja, jotka ovat tekemisissä Elohopeakerhon kanssa. Kaikilla yhteistyöhenkilöillä on tietoa Elohopeakerhosta ja sen vaiheista, eikä tietoa ole kirjattu vielä ylös mihinkään, joten helpointa olikin kysyä henkilöiltä suoraan eri aiheista.

Puolistrukturoitu haastattelumuoto oli järkevin tapa kerätä tietoa, koska halusimme tietoa lähinnä tietyistä teemoista, emmekä vain laajaa yleiskatsausta aiheesta. Teemojamme olivat haastateltavaan liittyvät kysymykset sekä Elohopeakerhon historiikki, toiminta ja tulevaisuus. Teimme valmiiksi kysymyksiä (LIITE 1) näihin teemoihin liittyen, jotta saisimme tietoa mahdollisimman kattavasti eri aihealueista ja Elohopeakerhon vaiheista. Jotkin kysymykset olivat tarkempia, joihin riitti lyhyt vastaus, kun toiset kysymykset olivat laajempia, joten haastateltavat saivat itse kertoa pidemmältä kokemuksiaan tai mielipiteitään. Haastateltavat saivat lisäksi kertoa vapaasti kaikesta, joka heidän mielestään oli tärkeää historiikin kannalta. Teimme aluksi kaikille haastateltaville samat kysymykset, mutta muutimme, li-

säsimme tai poistimme sitten kysymyksiä riippuen siitä keitä haastateltiin, koska esimerkiksi Elohopeakerhon isännältä halusimme erilaista tietoa kuin kerhon jäseniltä.

Kysyimme haastateltavilta ensin, haluavatko he osallistua haastatteluun ja voidaanko heidän vastauksiaan hyödyntää historiikin tekemisessä. Kaikki haastateltavat saivat etukäteen tietää haastattelun aiheen, eli Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerhon historia ja toiminta. Suurimmalle osalle haastateltavista lähetimme sähköpostilla etukäteen kysymykset (LIITE 1), jotta he saivat miettiä vastauksia ja valmistautua haastatteluun. Nauhoitimme kaikki haastattelut, jotta haastattelujen puhtaaksi kirjoittaminen olisi myöhemmin helpompaa.

Haastattelimme Elohopeakerhon isäntää, Elohopeakerhon matkojen vetäjiä, Suomen Matkatoimiston edustajaa, Matkapoikien edustajaa, Elohopeakerhon kuljetusyhtiöiden edustajia sekä muutamaa Elohopeakerhon jäsentä. Haastatteluja teimme yhteensä 10 kappaletta, joista kahdeksan olivat yksilöhaastatteluja ja kaksi parihaastatteluja. Molemmilla tavoilla saimme haastateltavat hyvin vastailemaan kysymyksiimme. Toiset haastateltavat vastasivat tarkemmin juuri kysymiimme kysymyksiin, kun toiset kertoivat laajemmin muistakin asioista, mitä heille tuli mieleen.

Haastattelujen jälkeen litteroimme haastattelut, eli kirjoitimme haastattelut nauhoilta sana sanalta puhtaaksi. Tämän jälkeen luimme haastattelut läpi ja alleviivasimme tärkeimmät kohdat tutkimukseemme liittyen, toisin sanoen kaiken, mikä liittyi Elohopeakerhoon ja sen historiaan sekä toimintaan. Alleviivatut kohdat kokosimme erikseen muusta aineistosta muistiinpanoiksi, ja muistiinpanojen avulla kirjoitimme erikseen tietopaketin Elohopeakerhosta (LIITE 2) sekä Elohopeakerhon historiikin (LIITE 3).

Teimme myös erilaisiin dokumentteihin perustuvaa kvalitatiivista tutkimusta, koska tutkimme Elohopeakerhon esitteitä sekä katsoimme YLE TV2:n kuvaaman ”Täällä Pohjantähden alla” -sarjan videon Elohopeakerhosta. Videosta keräsimme kaiken tarpeellisen ja mielenkiintoisen tiedon historiikkaa ja tietopakettia varten. Esitteistä tutkimme muutoksia esitteiden ulkoasussa ja tekstin sisällössä sekä Elohopeaker-

hon toiminnassa tapahtuneita muutoksia, joista oli kerrottu esitteissä. Esitteistä ja videosta saimme siis myös hyödyllistä ja uutta tietoa, mitä haastatteluissa ei välttämättä käynyt ilmi, ja jota hyödynsimme sitten historiikin ja tietopaketin kokoamisessa.

Kun Elohopeakerhon tietopaketti (LIITE 2) ja historiikki (LIITE 3) olivat valmiita, lähetimme ne Elohopeakerhon isännälle, siis opinnäytetyön toimeksiantajalle tarkistettavaksi. Hän ja yksi matkojen vetäjistä tekivät muutamia pieniä korjausehdotuksia, jonka jälkeen teimme korjaukset ja tarkistimme tekstin vielä tarkasti. Tarkoituksenamme oli muuttaa tietopaketti ja historiikki vihkon muotoisiksi, mutta toimeksiantaja totesi, että ne voivat hyvin olla A4-paperi muotoisia, joten emme muuttaneet niitä enää. Palautimme vielä lopulliset korjatut versiot historiikista ja tietopaketista toimeksiantajalle, joten hän voi myöhemmin vielä itse tehdä niihin muutoksia ja halutessaan hyödyntää niitä esimerkiksi markkinoinnissa.

On vaikea sanoa, voiko tutkimustamme pitää täysin luotettavana. Tutkimus ei yleensä ole luotettava, jos tieto perustuu vain ihmisten muistiin, kuten meidän tutkimuksessamme, koska tutkimuksemme perustui lähes kokonaan haastatteluihin. Teimme kuitenkin 10 haastattelua ja kaikki haastateltavat kertoivat asioista samankaltaisesti, joten kyse ei ollut vain yhden ihmisen muistista. Lisäksi tutkimme kerhon esitteitä ja Elohopeakerhosta tehtyä videota, joten tutkimuksessamme oli myös dokumentteihin perustuvaa tietoa, jotka vahvistivat ja täydensivät haastatteluissa esille tulleita tietoja. Voisi siis sanoa, että suurimmaksi osaksi tutkimuksemme on luotettava.

5 HISTORIIKIN KIRJOITTAMINEN

Historiikin kirjoittaminen on yksi työmme teoreettisista lähtökohdista. Tässä luvussa tarkastellaan historiikin eri muotoja sekä historiikin laatimista. Luvussa käsitellään myös yrityshistorian kirjoittamista.

5.1 Historiikki

Historialliset teokset voidaan jakaa kuuteen eri ryhmään, jotka ovat: historiikki, kronikka, muistelmät, historian kirjoitus, paikallishistoria sekä tieteellinen historiankirjoitus. Kronikka pohjautuu kirjoittajien muistiin, mutta lähteenä voi toimia myös jokin kirjallinen teos, esimerkiksi pöytäkirjat. Ainoastaan tekijöiden muistiin perustuvat teokset ovat muistelmia. Laajojen yleisteoksien, eli historian kirjoitusten takana ovat jo aiemmin julkaistut kirjallisuudet. Paikallishistorian tarkoituksena on antaa lukijalleen kokonaisvaltainen kuva alueen, kunnan tai pitäjän menneisyydestä. Tieteellisen historiantutkimuksen kohde on aina joku menneisyyttä koskeva ongelma. (Katajala 1990, 18–19.)

Historiikki on yleensä suorasanaisten esitys, jossa on käytetty useampaa kuin yhtä lähdettä tietojen hankinnassa. Historiikin laajuus vaihtelee muutamasta painosivusta parisataasivuiseen teokseen asti. Historia nimen kantavat teokset eroavat historiikkeista, mutta niiden erot ovat kuitenkin välillä melko häilyvät. On olemassa historiikkeja, jotka ovat laajoja ja huolellisesti dokumentoituja teoksia ja ansaitsevat historia nimen. Toisaalta jotkut historiateokset puolestaan ovat lähde- materiaaleiltaan sekä kirjoitustyylyltään historiikkia vastaavia. (Katajala 1990, 19.)

Historiikit voivat olla sisällöltään ainoastaan tekstiä sisältäviä teoksia, joissa historiikin kirjoittaja kuvailee tapahtumia ja eri aikakausia. Lukijalle jää tehtäväksi piirtää ja kuvittaa tapahtumat mielessään. Teksti-historiikkeissa on usein tekstin elävöittämiseksi mukana eri henkilöiden kertomuksia aikakausien varrelta, jotta tekstistä tulisi mielenkiintoista luettavaa. Historiikki voi olla myös kuvateos, jolloin mukana on paljon kuvia ja piirroksia tai kaavioita, joihin on mukaan liitetty selityksiä. Valo-

kuvia voidaan käyttää tekstin elävöittämiseen, historiikin kuvittamiseen sekä varsinaisena lähteenä. Kuvituksen tarkoituksena on elävöittää historiikin tekstiä, luoda väriä teokseen sekä kattavamman kuvan antaminen lukijalle toiminnasta, luonteesta sekä ajan olosuhteista. (Arkki Partiomuseo 2002a.)

Opinnäytetyömme pohjautuu historiikin näkökulmaan, eikä historialliseen teokseen, sillä lähdemateriaaleina meillä ei ole käytettävissä aiemmin samasta yrityksestä kirjoitettuja teoksia. Tekemämme historiikin pituus on 16 sivua.

5.2 Historiikin tavoitteet

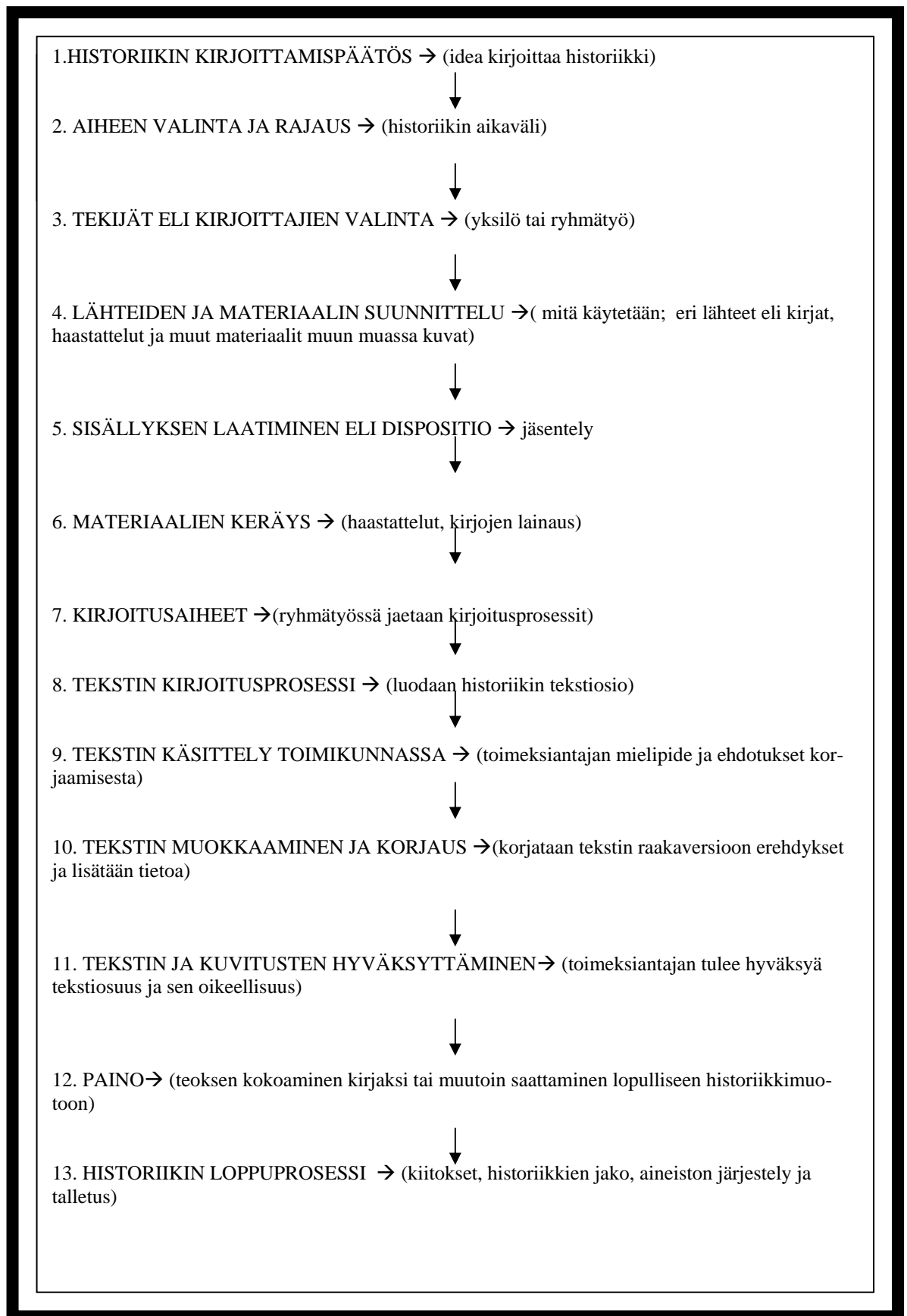
Historiikin tarkoituksena on koota menneisyyden tapahtumat ja saavutukset aikajärjestykseen, joka etenee loogisesti. Oman menneisyyden tutkimisen kiinnostus heräsi 1970-luvulla. Siitä lähtien se on ilmennyt laajenevissa määrin kylätoimikuntien harrastuksena tutkia omaa historiaan, sukututkimuksina sekä työväen- ja ammattiyhdistysliikkeen järjestöjen historiakerhoina. Historiikin tavoitteena ei ole tieteellisesti punnittu tai hankittu tieto vaan luotettava esitys menneisyydestä. Historiikilla ei yleensä ole tutkimuksellisia erityistavoitteita, mutta siinä voidaan tuoda esiin historian tutkimukselle uusia näkökulmia asioihin. (Katajala 1990, 11,18.)

Historiikki tehdään yleensä seuran tai järjestön johtajille, vastaaville, uusille sekä entisille jäsenille, toiminnan tukijoille tai rahoittajille, mutta myös niille, jotka ovat olleet toiminnassa jollain tavalla mukana tai toiminnasta kiinnostuneille. Nykyiset yhdistyksen toimijat ovat ylpeitä siitä, että toiminta jatkuu ja on voimissaan, joten on aika tehdä niin kutsuttu yhteenveto syntyhetkistä nykypäivään asti, jolloin tutkijoille ja historioitsijoille jää materiaalia käyttöön tietyltä aikajaksolta. (Nenonen 2002, 14.) Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerho on toiminut noin 20 vuotta ja toiminta on vuosi vuodelta laajentunut. Elohopeakerhosta on tullut todella suosittu ja laadukas kerho. Suurimpana syynä tähän on ollut nykyinen kerhoisäntä Markku Eklöf, joka on panostanut paljon kerhon toiminnan kehittämiseen. Tämän takia onkin nyt hyvä hetki tehdä historiikki kerholle, koska toiminta ja jäsenmäärät ovat tällä hetkellä lähes huipussaan ja aikaisempaa katsausta kerhon historiaan ei ole vielä tehty.

Historiikin kirjoittamista valmisteltaessa tulee ratkaista, laaditaanko historiikki yksilötyönä vai ryhmätyönä. Mikäli historiikin kirjoittaminen on yhden henkilön vastuulla, voi hän olla entinen tai nykyinen jäsen, jolla on aiempaa kirjoituskokemusta, tai hän voi olla täysin ulkopuolinen henkilö, joka tutustuu ja kerää materiaalia aiemmin tehtyjen teosten pohjalta. Yhden henkilön tekemä historiikki on kirjoittajan luoma kuva kohteesta, eli teettäjistä. Ryhmätyössä tulee esille eri kirjoittajien mielipiteet ja pohdinnat, ja työ tulee jakaa tasapuolisesti eri jäsenten kesken. (Arkki Partio-museo 2002b.)

Kun historiikkia aletaan kirjoittaa, on erilaisten lähteiden ja materiaalien kerääminen välttämätöntä. Materiaaleina ja tiedonkeruumenetelminä voidaan hyödyntää muun muassa haastatteluja, erilaisia kirjoja ja muita tekstiaineistoja, kuvia, maimemia, aineellisia lähteitä sekä muita vastaavia. Haastattelemalla voidaan kerätä tietoa sellaisista toiminnan lähteistä, joista kirjallisia lähteitä ei ole syntynyt tai säilynyt. Pelkän muistitiedon varaan historiikkia ei kuitenkaan tule rakentaa, ellei ole tekemässä muistelmaa. Ihmiset saattavat nimittäin muistaa väärin tai kertoa virheellisiä asioita. Kirjastot ja internet helpottavat nykypäivänä paljon erilaisten materiaalien keräysprosessia. (Katajala 1990, 22–27.)

Historiikin ulkomuoto on asia, johon tekijöiden tulee kiinnittää erityistä huomiota. Ulkomuoto antaa jo etukäteen kuvan yrityksestä tai toimikunnasta. Yleensä historiikin kirjoittajat suosivat oikeaan kirjamuotoon painattamista ja nimenomaan kovakantista teosta. Mikäli teos painetaan oikeaksi kirjaksi, on tämä myös kaikkein kallein vaihtoehto, mikä tulee ottaa huomioon ennen teoksen kokoamisen aloittamista. Jos kirjoitettava aikaväli on pitkä, esimerkiksi 50-vuotishistoriikki, on kannattavaa ja selkeää koota tämä kirjamuotoon. Yleensä suurten aikakausien historiikeissa on mukana myös kuvamateriaalia, joten sivumäärältään teokset ovat pitkiä. Jos historiallinen aikaväli on lyhyempi eikä ole suunniteltu käytettävän kuvamateriaalia, voi se mainiosti olla muodoltaan esimerkiksi pehmeäkantinen kirjanen-tyyppiä oleva kokoelma. Lehtimallia (A4-kokoa) olevat historiikit ovat yleensä käytössä kootaessa lyhyemmän aikavälin tapahtumia. (Nenonen 2002, 13.)



KUVIO 1. Historiikin kirjoittamisen prosessi vaihe vaiheelta järjestyksessä (mu-
kaillen Katajala 1990, 36).

Historiikin kirjoittamisessa on muistettava laatia työjärjestys (KUVIO 1). Vaihe vaiheelta etenevä järjestys tuo parhaimman lopputuloksen. Kirjoitusprosessi tulee aina järjestellä työn aiheen mukaan ja valita kaikista parhaimmat materiaalien muodot siihen. Ensimmäisenä tulee päätös kirjoittaa projektina historiikki. Meidän tapauksessamme tuli päätös kirjoittaa opinnäytetyönä historiikki Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerhon toiminnasta. Toinen vaihe on aiheen valinta ja ajan rajaaminen. Me kirjoitamme historiikin Elohopeakerhon toiminnasta ja koko siltä ajalta, kun se noin 20 vuotta on toiminut. Seuraavaksi pitää päättää tekijät, siis valita kirjoittajat ja me kirjoitamme työn parityönä. Seuraava vaihe on se, mitä materiaaleja tulemme työssämme käyttämään, muun muassa kirjat tai haastattelut. Me päätimme työssämme haastatella eri tahoja Elohopeakerhoon liittyen sekä tutkia Elohopeakerhon esitteitä ja YLE:n kuvaamaa videota kerhosta. Materiaalien suunnittelun jälkeen jäsentelimme sisällyksen ja päätämme mitä aiheita historiikissamme tulemme käyttämään. Materiaalien keräysvaiheessa etsimme tietoa internetistä, keräämme Elohopeakerhon esitteet ja videon tutkittaviksi sekä teemme haastattelut. Sitten aloitamme kirjoitusprosessin: litteroimme haastattelut, niistä keräämme muistiinpanot ja muistiinpanojen avulla kirjoitamme historiikin. Tekstin kirjoittamisen jälkeen tarkistutamme oikeuden ja järjestyksen toimeksiantajalla, Osuuspankin Elohopeakerhon isännällä Markku Eklöfillä. Sen jälkeen teemme korjaukset ja tarkistamme historiikin vielä kertaalleen. Lopuksi lähetämme valmiin historiikin toimeksiantajallemme. Hän saa vielä tehdä itse muutoksia, halutessaan painattaa historiikin ja jakaa sitä kaikille kiinnostuneille, esimerkiksi Elohopeakerhon yhteistyökumppaneille ja jäsenille.

5.3 Yrityshistoria

Yrityshistorian kirjoittaminen merkitsee yritykselle niin kutsuttua merkkipaalua, jokinlainen piste yrityksessä on siis saavutettu. Tämä voi olla esimerkiksi 50- tai 100-vuotisjuhlat. Halu kaivaa tietoa esiin yrityksen perustamisvaiheista aina nykypäivään asti kertoo tietynlaisesta arvokkuudesta ja oman liiketoiminnan arvostamisesta. Yrityshistoria ei ole käyttötuote vaan lisä sivistykseemme. Suomen elinkeinoelämä on ollut ylipäättään enemmän kiinnostunut omista juuristaan kuin useat muut Euroopan maat. (Ahvenainen 1994, 9.)

Kun kirjoitetaan yrityksen historiasta, tulisi tekijänä olla täysin yrityksen ulkopuolinen henkilö. Yrityksen ulkopuolinen henkilö pystyy kirjoittamaan ennakkoluulottomasti ja vapaammin kuin työntekijä ja myös into tutustua aiheeseen, yritykseen itsessään, ja laatia tekstiä, on suurempi. Tekstin tulee olla rehellistä ja tietojen oikeellisuus olisi aina tarkistettava. Historiikki ei ole kuitenkaan yrityksen mainonnan väline, joten tekstin tulisi olla historiallisesta näkökulmasta kirjoitettua. Teoksen kirjoittajat saavat firmasta paljon tietoa, jota ei saisi levittää ulkopuolisten tietoon, joten vaitiolovelvollisuus on aina muistettava. (Ahvenainen 1994, 12–15.)

Sanana historia yhdistää sekä historiallisen tietämyksen että todellisen menneisyyden. Yrityksen historiaa kirjoittaessa historiallinen tietämys on pääosassa, joten kirjoittajan tulee olla hyvin perillä menneisyyden tapahtumista ja ennen kaikkea selittää niitä. Mikäli historian kirjoittamiseen valitaan analyyttinen kirjoitustyyli, juuri tapahtumien analysointi, eli selittäminen ja kerronta, on olennaista. Puolestaan deskriptiivisesti kirjoittaessa keskitytään tapahtumien kuvailuun. Ensin kirjoittaminen lähtee kuitenkin määrittämisestä ja sen jälkeen etsitään selityksiä lähdemateriaalista. Ennen kuin lähdemateriaalia aletaan kerätä, tulisi ehdottomasti miettiä työn päätavoite ja mahdollinen selvittelyn kohde, sillä muutoin kirjoittaja tekee turhaa työtä. Yrityksen historian kirjoittaminen vaatii pitkäjänteisyyttä ja luovuutta kirjoittaa selkeästi ja vetoavalla tavalla. Selkeys on tärkeää, jotta lukijat ymmärtävät tekstiä. (Lappalainen 2002, 20–22.)

Kun tarkastellaan yrityksen historiikin lähteitä, huomataan, että niitä on sekä esineellisiä ja esittäviä jäämistöjä. Esineellinen jäämistö tarkoittaa historiikissa ihmisten jälkeensä jättämiä esineitä ja asioita. Esittävä jäämistö koostuu hyvin pitkälti kirjallisesta materiaalista. Nämä materiaalit jakautuvat kahteen erilaiseen osaan: ulkopuoliseen sekä sisäiseen käyttöön. Ulkopuoliseen kategoriaan kuuluva materiaali koostuu yleisestä tiedosta, eli yrityksestä yleisesti. Sisäiseen käyttöön tarkoitettu materiaali on osittain julkista ja hieman arkaluontoista sekä luottamuksellista. Julkista tietoa yrityksestä ovat esimerkiksi kaupparekisteriin merkittävät tiedot. Salaisia ja luottamuksellista informaatiota ovat esimerkiksi raha-asiat ja muun muassa luotonantajille annettavat tiedot. (Ahvenainen 1994, 18–19.)

Meidän työemme toimeksiantajayritys oli Tampereen Seudun Osuuspankki ja yritykselle kirjoitimme historiikin Osuuspankin Elohopeakerhon toiminnasta. Olimme täysin ulkopuolisia henkilöitä kirjoittajina, koska kumpikaan meistä ei ole työskennellyt kyseisessä yrityksessä. Selkeästi huomasi sen, että oli helpompi suhtautua aiheeseen ja pitää yllä mielenkiintoa, kun ei ollut sitoumusta yritykseen. Kaikki tieto oli uutta, kun aloimme tutkia ja kerätä materiaalia. Toisaalta haastetta toi se, että kukaan ei ollut aiemmin kirjoittanut historiallista teosta yrityksellemme, joten kaikki materiaalin keruu piti aloittaa niin sanotusti tyhjästä. Kuitenkin esittävä jäämistö, kuten Elohopeakerhon esitteet, olivat hyvänä lähteenä työssämme, sillä niiden avulla saimme selvitettyä monia asioita ja tapahtumia vuosien varrelta. Niiden avulla oli myös hyvä koota esitteistä oma historiikkinsa.

5.4 Yrityshistorian ja historiikin jäsentely

Yrityksen toiminnan historiaa laatiessa jäsentely voidaan tehdä omistussuhteiden vaihdosten, eli johtajien tai muun hallinnon vaihdoksen mukaan. Kun yrityksen johtokunta jotenkin muuttuu, ovat ne yleensä näkyviä tapahtumia historiikin kannalta. Uudet omistussuhteet tarkoittavat usein myös muutoksia yrityksen koko konseptissa tai ylipäänsä kaikenlaisessa toiminnassa. (Ahvenainen 1994, 166.)

Ennen historiikin kirjoittamista tulisi suunnitella mitä asioita työssä tullaan käsittelemään, ja sitä, missä järjestyksessä asiat esitetään. Historiikissa ei kuitenkaan tule olla liikaa asioita, ettei tekstistä tule sekavaa ja asiasta poikkeavaa. Rakenteen tulisi olla looginen ja jäntevä, eli mukaan ei pidä ottaa liian monia näkökulmia, vaan ennen kirjoitusta tulisikin ratkaista kirjoittajan näkökulma teokseen. Työssä tulisi olla dispositio, eli työn niin sanottu rakenne, ja siinä saada esiin eri aikakausien ja kokonaiskehityksen jäsentyminen. Juuri jäsentelyn merkitys työssä on erityisen tärkeää, sillä jäsentelemällä historiikki voi olla jopa jännittävää luettavaa. Disposition laatimiseen on kaksi eri tapaa, joita ovat kronologinen luettelo tai systemaattinen jaottelu. Kronologisessa luettelossa jaotellaan tärkeimmät menneisyyden tapahtumat aikajärjestyksessä, kun puolestaan systemaattisessa järjestelyssä on toimikunnan jaostot tai niiden toimipaikat ja muut vastaavat. Kronologinen tapa on selkeästi ajan mukaan etenevä mutta systemaattisessa järjestelyssä edetään

osa-alueittain aihepiiri kerrallaan. Vaikka historiikki etenisikin aikajärjestyksessä kronologisen kaavan mukaan, tulisi samaa aikakautta käsitellä eri luvuissa, ja samanaikaisia tapahtumasarjoja, jotta juonesta tulisi mielenkiintoinen ja lukija pysyisi hyvin mukana. Systemaattinen jäsentelytapa mahdollistaa laaja-alaisempienkin kokonaisuuksien käsittelyn ja aiheita voi käsitellä luku kerrallaan teemojen mukaan. Historiikkia tehdessä ei tulisi kuitenkaan käyttää ainoastaan jompaa kumpaa tapaa vaan hyödyntää molempia. Yleensä pääotsikot jäsennellään kronologisessa järjestyksessä ja alaotsikot systemaattisesti. (Ahvenainen 1994, 166–167.)

Me kokosimme historiikkimme Tampereen Seudun Osuuspankille kronologisessa muodossa, aikajärjestyksessä, tapahtumien kulun mukaan. Elohopeakerhon historiikissa jaoimme ensin toiminnan kahteen eri aikakauteen, eli kerhon ensimmäiseen aikakauteen ja kerhon uuteen aikakauteen. Kirjasimme vuodet ja sen jälkeen tapahtumat lisättiin vuosien perään. Tekstiosuuksissa pyrimme aina kirjoittamaan tapahtumat vuosijärjestyksessä selkeyden vuoksi. Tämä oli luonnollinen valinta meille, sillä se jäi tapauksessamme ainoaksi, hyväksi ja järkeväksi vaihtoehdoksi. Hyödynsimme myös jonkun verran systemaattista tapaa, jossa voi aiheita käsitellä alueittain. Erotimme esimerkiksi esitteiden historiikkiosuuden erikseen, missä kerroimme esitteissä tapahtuneet muutokset järjestyksessä.

6 POHDINTA

Opinnäytetyömme tarkoituksena oli laatia historiikki Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerhon toiminnasta ja matkoista, koska niistä ei ollut olemassa aikaisempaa painettua teosta. Työn edetessä päätimme tehdä lisäksi myös kattavan tietopaketin Elohopeakerhosta, koska koimme, että kerhosta ylipäänsä ei ollut tarpeeksi materiaalia saatavilla. Tavoitteenamme oli tutkia mihin suuntaan kerhon toiminta ja etenkin sen järjestämät matkat olivat kehittyneet vuosien varrella. Tavoitteemme oli myös valmistaa Tampereen Seudun Osuuspankille painettu historiikki Elohopeakerhon matkoista, jota voisi käyttää myös markkinoinnissa ja uusien jäsenien hankkimisessa.

Alun perin ajatuksenamme oli tehdä mahdollisesti asiakastyytyväisyyskysely elohopeakerholaisille, mutta opinnäytetyön lopullinen idea saatiin toimeksiantajalta, koska hän toivoi, että voisimme kirjoittaa jotain kerhon vaiheista. Yhdessä asiaa pohdittuamme päädyimme kirjoittamaan historiikin, koska halusimme tehdä opinnäytetyömme toiminnallisena.

Työ tehtiin parityönä, ja työn jako sujui tasapuolisesti niin, että kummatkin saivat yhtä paljon tehtävää. Opinnäytetyöprosessi onnistui lähes suunnitelmien mukaisesti, mutta työn valmistumisaikataulu myöhästyi hieman suunnitellusta, koska molemmilla oli työkiireitä ja hieman motivaatio-ongelmia työn suhteen. Työn kirjoitusprosessi sujui kuitenkin loppujen lopuksi nopeasti. Haasteellisuutta työhön toi se, että aikaisempaa materiaalia Elohopeakerhosta ei ollut saatavilla ja tekemämme historiikki oli ensimmäinen kerhon vaiheista laadittu kokoelma. Tämän takia jouduimme etsimään kaiken mahdollisen materiaalin itse ja kokoamaan tietoa muun muassa haastattelemalla Elohopeakerhoon liittyviä henkilöitä. Etenkin haastattelujen litteroiminen oli todella aikaa vievää ja puuduttavaa. Työ oli kuitenkin myös mielenkiintoista, etenkin haastatteluiden tekeminen, koska sai paljon tietoa Elohopeakerhosta, kuuli mielenkiintoisia tarinoita kerhosta vuosien varrelta ja pääsi tapaamaan erilaisia ihmisiä.

Onnistuimme tavoitteissamme mielestämme hyvin, koska saimme suppeasta materiaalista koottua kattavan historiikin ja tietopaketin Elohopeakerhosta. Toivoisimme, että Osuuspankki hyödyntäisi työmme toiminnallisia osuuksia esimerkiksi markkinointitarkoituksissa, koska niiden avulla Elohopeakerho voisi saada lisää jäseniä. Luulemme, että ainakin kerhon yhteistyökumppanit ja jäsenet olisivat kiinnostuneita tutustumaan kerhon historiaan.

Opinnäytetyömme tietoperusta koostui seniorimatkailusta sekä historiikin kirjoittamisen teoriasta. Mielestämme nämä tukivat hyvin työn aihetta. Elohopeakerholaiset ovat seniorimatkailijoita, joten olikin hyödyllistä vertailla ja tutkia, miten teoria toteutuu käytännössä kerhon matkoissa. Koska kirjoitimme historiikin, oli tärkeää ensin tutustua historiikin kirjoittamisen teoriaan.

Työmme jatkotutkimusaiheena voisi olla uuden historiikin tekeminen, esimerkiksi 50-vuotishistoriikki. Seuraavalle historiikin kirjoittajalle tulee varmasti olemaan mielenkiintoista tutkia, miten kerhon toiminta tulee muuttumaan, esimerkiksi sen jälkeen, kun tämän hetkinen kerhoisäntä lopettaa kerhon vetäjänä toimimisen.

Opinnäytetyön tekemiseen kului kaiken kaikkiaan lähes vuosi. Prosessin alku sujui hitaasti, mutta kun saimme työn alulle, työtahtimme kiihtyi ja lopulta palautimme valmiin työn joitain kuukausia myöhässä alkuperäisestä aikataulusta. Saavutimme tavoitteet ja olimme tyytyväisiä lopputulokseen.

LÄHTEET

Ahtola, J. 2002. Ikäihminen haluaa hyvinvointia matkalla. Sanomalehti-artikkeli. Aamulehti 8.10.2002.

Ahvenainen, J. 1994. Yrityshistorian kirjoittaminen. Loimaan kirjapaino Oy.

Arkki Partiomuseo. 2002a. Lippukunnan historiikki. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.lilja.partio.fi/museo/sivut/tuotteet/arkki/arkkiteksti.html>. Luettu 23.11.2009.

Arkki Partiomuseo. 2002b. Lippukunnan historiikki. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.lilja.partio.fi/museo/sivut/tuotteet/arkki/arkkiteksti.html>. Luettu 23.11.2009.

Boxberg, M. & Komppula, R. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima oy.

Douglas, N. & Douglas, N. & Derret, R. 2001. Special Interest Tourism. Milton, Qld.: John Wiley & Sons.

Godfrey, K. & Clarke, J. 2000. The Tourism Development Handbook. A practical approach to planning and marketing. Lontoo: Continuum.

Haastateltava a. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 29.5.2009. Tampere.

Haastateltava b. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 9.6.2009. Tampere.

Haastateltava c. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 12.6.2009. Tampere.

Haastateltava d. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 29.6.2009. Tampere.

Haastateltava e. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 13.7.2009. Tampere.

Haastateltava f. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 15.7.2009. Tampere.

Haastateltava g. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 23.7.2009. Tampere.

Haastateltava h. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 4.8.2009. Tampere.

Haastateltava i. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 13.8.2009. Tampere.

Haastateltava j. 2009. Puolistrukturoitu haastattelu 31.8.2009. Tampere.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Kasvatustieteellinen tiedekunta. 2008. Kvalitatiivinen tutkimus. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.mm.helsinki.fi/users/niskanen/kotu/tulkinta.htm>. Luettu 9.2.2010.

Katajala, K. 1990. Historiikin kirjoittajan opas. Suomen Kirjallisuuden Seura. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kokko, P. 1999. Heikot Signaalit kestävässä pankkikehityksessä - esimerkkinä Osuuspankkiryhmä. Helsinki: Futura.

Lappalainen, J. 2002. Haluatko historiikinkirjoittajaksi. Suomen Kirjallisuuden Seura. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Matkailualan vuosikirja 2005. 2005. Helsinki: Edita Prima Oy.

Nenonen, Y. 2002. Kortisto ja historiikki. Helsinki: Gramex ry.

OP-Pohjola-ryhmä. 2009a. Osuuspankit. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.op.fi/op?cid=151012760&srcpl=3>. Luettu 15.7.2009.

OP-Pohjola-ryhmä. 2009b. Liity Omistajajäseneksi. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.op.fi/op?cid=151048463&srcpl=3>. Luettu 15.7.2009.

OP-Pohjola-ryhmä. 2009c. Osuuspankin Seniorijäsenen Etukerho. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.op.fi/op?cid=150247670&srcpl=3>. Luettu 15.7.2009.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006a. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Laadullisen tutkimuksen elementit. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1_2_2.html. Luettu 15.6.2009.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006b. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Haastattelu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html. Luettu 16.11.2009.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006c. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html. Luettu 16.11.2009.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006d. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Analyysin äärellä. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_1.html. Luettu 29.12.2009.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006e. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Analyysi ja tulkinta. Tampere: Yhteiskuntatie-

teellinen tietoarkisto. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3.html. Luettu 29.12.2009.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006f. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkajulkaisu]. Tutkimuksen luotettavuus ja arviointi. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3.html. Luettu 9.2.2010.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006g. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkajulkaisu]. Validiteetti. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_1.html. Luettu 9.2.2010.

Tampereen Seudun Osuuspankki 2009. Www-dokumentti saatavissa:

http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:ZHPpv-Y5KoYJ:https://www.op.fi/media/liitteet%3Fcid%3D150795094%26srcpl%3D4+tampereen+seudun+Osuuspankin+toiminta&hl=fi&gl=fi&sig=AHIEtbQ2bZRCVF5Vd9ltO0_reC7VACvCiA. Luettu 13.2.2010.

Tampere-talo. KAS 2008. Kanta-asiakaskirje. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://kas.tampere-talo.fi/kas-edut_ja_kumppanit/tsop/. Luettu 15.11.2009.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Latvia: Livonia Print.

Uusitalo, H. 2001. Tiede, tutkimus ja tutkielma – Johdatus tutkielman maailmaan. Juva: WS Bookwell Oy.

Verhelä, P. 2007. Matkailun ohjelmapalvelujen turvallisuus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2004. Toiminnallisen opinnäytetyön ohjaajan käsikirja. Tammi. Helsinki.

Vuoristo, K. 2003. Matkailun maailma – Kansainvälisen matkailun maailma. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Väisänen. 2005. Toiminnallisen opinnäytetyön ohjeistus. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.amk.fi/193.167.122.14/amkfiportaali/opinnäytetyösuunnitelmaohje_Trade.doc. Luettu 1.2.2009.

Vänskä-Kauhanen, T. 2006. Luonto ja ilmasto ohjaavat keskisuomalaisia seniorimatkailijoita. Www-dokumentti. Saatavissa:

<https://www.jyu.fi/ajankohtaista/arkisto/2006/07/tiedote-2009-10-01-20-16-43-489665>. Luettu 22.12.2009.

Wallenius, J. 2008. Suhdanteet eivät heiluttele vanhemman väen matkailua. Paikallisuutiset. Länsi-Uusimaa. 21.11.2008.

Esimerkit haastattelukysymyksistä

Matkapoikien edustajalle esitetyt kysymykset:

- Mistä, miten ja milloin Elohopeakerhon matkat alkoivat?
- Miten Matkapojat tuli mukaan? Milloin?
- Miten toiminta on muuttunut alusta tähän päivään?
- Miten matkakohteet ovat muuttuneet?
- Ovatko asiakasmäärät muuttuneet?
- Mihin suuntaan ollaan menossa nyt?
- Miltä tulevaisuus näyttää?

Elohopeakerhon matkojen vetäjälle esitetyt kysymykset:

- Mistä, miten ja milloin matkat alkoivat?
- Oletko itse ollut mukana vetämässä matkoja alusta asti?
- Oletko itse ollut vetämässä ulkomaanmatkoja vai kotimaanmatkoja?
- Miten toiminta on muuttunut alusta tähän päivään?
- Miten matkakohteet ovat muuttuneet?
- Ovatko asiakasmäärät muuttuneet?
- Mihin suuntaan ollaan menossa nyt?
- Miltä tulevaisuus näyttää?

Kuljetusyhtiön edustajalle esitetyt kysymykset:

- Miten yhteistyö Tampereen seudun Osuuspankin Elohopeakerhon kanssa alkoi?
- Oletteko enemmän yhteistyössä pankin vai Matkapoikien kanssa?
- Mitä kaikkea toimintanne kuuluu Elohopeakerhon matkoihin liittyen?
- Mitä muutoksia olette huomanneet Elohopeakerhon toiminnassa ja matkoissa?

- Ovatko ne vaikuttaneet teidän toimintaan jokin?
- Muistatteko mitä käännekohtia olisi ollut Elohopeakerhon toiminnassa tai teidän yhteistyössä?
- Miten näette tulevaisuuden? Jatkuuko toiminta samanlaisena ja jatkuuko yhteistyö vielä?

"RAHADUSSI KOTIIN JA AIVOT KESKUSTORILLE"

TIETOPAKETTI ELOHOPEAKERHOSTA JA SEN TOIMINNASTA

Mikä on Elohopeakerho?

Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerho on omistajajäsenille tarkoitettu seniori-ikäisten oma etukerho, joka järjestää matkoja ja muuta toimintaa eläkepäiviään viettäville asiakkaille. Kerhon toiminnassa voivat olla mukana yli 55 -vuotiaat Tampereen Seudun Osuuspankin omistajajäsen asiakkaat. Kerhoisäntänä toimii, kerholaiset persoonallaan jo vuodesta 1994 valloittanut, Markku Eklöf.

Missään muualla Suomessa ei Elohopeakerhon toiminta ole yhtä vilkasta kuin Tampereella. Elohopeakerhon toiminta aloitettiin Tampereen seudulla vuonna 1989, ja tähän päivään mennessä toiminta on laajentunut huomattavasti ja kerhosta on tullut todella suosittu. Kerhon suosio kasvaa jatkuvasti ja tällä hetkellä jäseniä on noin 16 000, joista vuoden aikana 5000–6000 jäsentä osallistuu Elohopeakerhon toimintaan aktiivisesti. Säännöllisesti mukana toiminnassa oleva elohopeakerholainen hyötyy jäsenyydestään, koska hän pysyy hyvin mukana pankkielämässä sekä saa tietoa ajankohtaisista asioista, tarjouksista ja tuotteista, joista kerrotaan esimerkiksi Elohopeakerhon matkoilla. Osuuspankki haluaa olla tiiviisti mukana asiakkaan elämänkaaren eri vaiheissa.

Elohopeakerho on saanut nimensä siitä, että elohopea on vilkas ja nopea aine, joten ajatellaan, että myös elohopeakerholainen on olemukseltaan samanlainen, eli ulospäin suuntautunut, pirteä, liikkuvainen ja iloinen. Aikaisemmin elohopeakerholaiset olivat iältään enemmän 70 ikävuoden molemmin puolin, mutta nykyisin kerholaisista suuri osa on hieman yli 55-vuotiaita ja lisäksi kaikki ovat mieleltään todella nuorekkaita. Televisiossa pyörinyt Osuuspankin mainos, jossa vanhallalla herralla on nuorison käyttämät vaatteet päällään ja lakki vinossa kuvastaa hyvin elohopeakerholaisia. He ovat siis nuorekkaita ja meneviä, vaikka ikää on jo kertynyt.

Tampereen Seudun Osuuspankin Elohopeakerho järjestää matkoja niin ulkomaille kuin kotimaahan. Osuuspankki toimii yhteistyössä vastuullisten matkanjärjestäjien Matkapoikien ja Suomen Matkatoimiston kanssa. Matkapoikien toimenkuvaan kuuluvat esitteiden laatiminen ja kotimaahan sekä lähi-Eurooppaan, kuten Baltian maihin ja Pohjoismaihin suuntautuvien matkojen suunnittelu. Suomen Matkatoi-

misto vastaa ulkomaanmatkojen järjestämisestä, etenkin pidemmistä kaukomatkoista. Kaikilla Suomen Matkatoimiston järjestämällä ulkomaanmatkoilla on matkanjohtajana kerhon isäntä Markku Eklöf. Vuodessa järjestetään noin 10–15 ulkomaanmatkaa. Keväisin ja kesäisin järjestettävät ulkomaanmatkat suuntautuvat lähinnä Eurooppaan, kun taas syksyllä ja talvella matkoja tehdään suurimmaksi osaksi kaukomaihin, esimerkiksi Aasiaan. Kotimaanmatkoja järjestetään vuodessa noin 60.

Eläkkeellä on helppoa matkustaa, koska on paljon ylimääräistä aikaa, eikä ole enää lapsia mukana. Kun työnteko loppuu ja eläkepäivät koittavat, mahdollisesti yksin tai puolison kanssa, tulee helposti tekemisen puutetta, joten matkailu Elohopeakerhon kanssa on hyvä ratkaisu tähän ongelmaan. Eläkeläisten työ on jo tehty, joten heillä on loistava mahdollisuus matkustella, osallistua erilaisiin tapahtumiin ja retkille sekä tutustua samalla uusiin ihmisiin. Tämän hetken vanhempien eläkeläisten sukupolvi on tehnyt ansiokasta työtä, koska he ovat työllään nostaneet Suomen jaloilleen sodan jälkeen, nyt onkin heidän aikansa vapaasti nauttia elämästään.

Matkojen suunnitteluprosessi ja yhteistyökumppanit

Matkojen suunnittelun pääideoijana toimii kerhon vastaava Markku Eklöf ja työhön ottavat osaa yhteistyökumppaneiden edustajat, eli Suomen Matkatoimiston Salme Lampinen, Matkapoikien Miia Pakkanen sekä Osuuspankin myyntiryhmä. Myyntiryhmä osallistuu sekä matkojen vetämiseen että matkojen suunnittelun avustamiseen. Yhteistyö toimii jatkuvasti pitämällä tiiviisti yhteyttä puolin ja toisin.

Matkaideoita saadaan matkailuesitteistä, lehdistä, internetistä ja suunnittelijoiden omista matkustuskokemuksista. Lisäksi yhteistyökumppanina toimiva ja kerhomatkoja liikennöivä linja-autoyhtiö Lauhamo antaa joitain matkavinkkejä. Luotettavimpia kohteita ovat ne, joissa on itse käynyt tai joku muu on käynyt, koska sillä tavalla huomataan henkilökohtaisesti kohteen tason, eikä tule välttämättä ikäviä yllätyksiä. Myös matkoilla olleet elohopeakerholaiset saavat antaa palautetta matkoista sekä toiveita tai vinkkejä uusista kohteista tai matkoista. Matkojen järjestäjät

toivoisivat vielä enemmän toiveita ja palautetta kerholaisilta, koska heidän ideansa usein myös toteutetaan ja kerholaiset itse kuitenkin tietävät parhaiten millaiset matkat heitä kiinnostavat. Palautetta ja ideoita voi antaa esimerkiksi pankissa asioidessaan, matkoilla jaettavilla kyselykaavakkeilla tai suoraan matkaa vetävälle pankin edustajalle.

Tärkeintä on, että kaikilla matkaa suunnittelevilla ja sitä järjestävillä tahoilla, eli Osuuspankillla, Suomen Matkatoimistolla, Matkapojilla, muilla yhteistyökumppaneilla ja maiden oppailla kaikilla on syvä luottamus toisiinsa, jotta asiat toimisivat parhaalla mahdollisella tavalla. He ovat liikkeellä avoimella mielellä ja yhdessä yrittävät löytää asiakaskunnalle sopivimmat ja mielenkiintoisimmat kohteet. On erittäin tärkeää, että matkat ovat turvallisia, luotettavia, mielenkiintoisia ja hauskoja. Kaikki mahdolliset riskit minimoidaan, eikä esimerkiksi mennä levottomille alueille tai kohteisiin, joissa olisi muuten epävakaa olosuhteet tai kriisitilanne meneillään. Lähes ainoa asia mihin ei voi vaikuttaa on sää.

Uudet elohopeakerholaiset saattavat olla jo tottuneita matkustamaan, joten kerhon toiminnan kannalta vaatimustaso kasvaa, eli miten pystytään tarjoamaan vielä jotain uutta ja mielenkiintoista. Pidempään kerhossa olleet puolestaan ovat Elohopeakerhon kanssa matkustaneet niin monessa kohteessa, esimerkiksi kotimaassa, että uusia kohteita on joskus hankala keksiä. Matkoja suunnitellessa pitää lähteä siitä, mikä matkoja suunnittelevia henkilöitä itseäänkin kiinnostaa, eikä miettiä vain vanhemmille ihmisille sopivia kohteita, koska elohopeakerholaiset ovat nuorekasta ja hauskaa porukkaa. Kohteidenkin pitää olla hauskoja, mukavia ja tasokkaita. Tämän takia matkojen suunnittelussa vaaditaan ehtymätöntä ideointia ja avoimuutta, jotta pystytään poimimaan parhaat kohteet, nähtävyydet, ruokapaikat, museot, näyttelyt ja kaiken mahdollisen mitä maailmalla tapahtuu.

Matkojen aikataulut pitää valita tarkkaan, ettei matkoja laiteta esimerkiksi ajankohtiin, jolloin elohopeakerholaiset haluavat vaikkapa mökkeillä, sienestää tai marjastaa. Joululomalla ei matkusteta, eikä kesällä matkoja tehdä lähes yhtään, koska silloin asiakkaat haluavat nauttia Suomen kesästä. Lisäksi etenkin ulkomaanmatkoissa huomioidaan se, ettei mennä kuumaan aikaan tai sesonkiaikaan kaupunkikohteisiin, jotta liikkuminen olisi miellyttävää, eikä olisi niin ruuhkaista.

Elohopeakerhon ulkomaanmatkat rakennetaan joko alusta lähtien tai sitten saatetaan ostaa kiintiö jonkin matkatoimiston lennoista ja siihen päälle hankitaan sopivat hotellit ja laaditaan ohjelma, tai lisätään valmiiseen ohjelmaan lisää toimintaa elohopeakerholaisille. Elohopeakerholaisille sopiva matkaohjelma ja esimerkiksi ruokapaikat päätetään yhdessä matkakohteessa toimivien oppaiden kanssa tai heiltä tulleiden ideoiden ja ehdotusten mukaan.

Matkojen myynti ei ole koneellista niin, että kaikki paikat pitäisi saada myytyä, vaan kaikki asiat otetaan huomioon ja nähdään paljon vaivaa sen eteen, että asiakkaat nauttisivat matkastaan ja saisivat hyviä kokemuksia.

Millaisia Elohopeakerhon matkat ovat?

Elohopeakerhon matkat ovat turvallisia ja hyvin järjestettyjä, eikä matkoilla jää yksin missään vaiheessa. Matkoille on kiva lähteä tutussa porukassa, jossa on samanikäisiä tamperelaisia ja tutun matkanjohtajan kanssa. Vaikka kerhon jäsenet ovat elämän eri aloilta, heitä kuitenkin yhdistää kerho ja se, että lähdetään yhdessä jonnekin. Elohopeakerhon matkat ovat erinomainen vaihtoehto yksinäisille ihmisille tai leskille, koska tällä tavalla he pääsevät matkustamaan yhdessä ryhmän kanssa ja saavat myös hotelliin huonetoverin tutusta porukasta. Matkoilla yleensä tutustuu samanhenkisiin ihmisiin ja moni onkin saanut paljon uusia ystäviä näiltä retkiltä. Kerholaiset uskaltavat paremmin lähteä matkoille, jopa vähän eksoottisempiin kohteisiin kun on tuttu porukka mukana, eikä tarvitse paikan päällä itse huolehtia mistään. Elohopeakerhon matkoilla ei ole ikinä ollut ongelmia tai käyttäytymishäiriöitä, eikä vakavia sairauksia tai kuolemantapauksia.

Elohopeakerhon matkoilla yksi tärkeimmistä tekijöistä on sosiaalinen yhdessäolo, koska saman porukan kanssa vietetään koko aika yhdessä. Yleensä jos matkoilla on vapaa-aikaa niin silloinkin elohopeakerholaiset keksivät yhdessä jotain mukavaa tekemistä. Matkojen lähtökohtana on, että lähdetään yhdessä, ollaan yhdessä ja otetaan kaikki hyvin huomioon. Matkoilla on yleensä aina hauskaa ja niillä nautetaan paljon. Vaikka matkat onkin tarkoitettu vain elohopeakerholaisille, saa mat-

kalle kuitenkin ottaa mukaan matkakumppaniksi ystävän tai aviopuolison, joka ei kuulu Elohopeakerhoon tai ole Osuuspankin jäsen.

Matkojen lähtökohtana on, että matkalla tapahtuu koko ajan jotain, myös linja-automatkojen ajaksi on keksitty mukavaa ohjelmaa. Jokaiselle matkalle yritetään keksiä jotain erikoista kivaa ohjelmaa tai tutustumista erikoisiin kohteisiin. Matkoilla tutustutaan tietysti kuuluisimpiin ja tärkeimpiin nähtävyyksiin, mutta näiden lisäksi on keksitty hieman erikoisempiakin kohteita, joihin ei tavanomaisilla seuramatkoilla välttämättä tutustuttaisi. Matkojen tarkoituksena on päästä astetta syvemmälle vieraaseen kulttuuriin ja maahan, jotta nähdään hieman tavallisen ihmisen elämää, eikä vain turisteille tarkoitettuja asioita. Matkoille on keksitty erilaisia teemoja, esimerkiksi joku matka voi olla enemmän kulttuuripainotteinen ja toinen enemmän maisemapainotteinen. Monet maat on käyty läpi jo useaan kertaan, mutta uusien kerholaisten kanssa käydään yhä uudestaan tai yritetään keksiä matkalle edellisestä poikkeava teema.

Monia Elohopeakerhon matkoja on tehty jo kymmeniä kertoja, esimerkiksi kesto-suosikkia Rooman matkaa. Matkalla saattaa olla henkilöitä, jotka ovat olleet samalla matkalla mukana joka kerta. Tämän takia matkan pitääkin aina jotenkin uudistua, jotta kaikkien kerholaisten mielenkiinto matkaa kohtaan säilyy. Usein matkoille keksitäänkin uusi teema, eli vierailaan tietyn teeman mukaisissa kohteissa tai käydään tutustumassa muihin nähtävyyksiin, kuin edellisillä kerroilla.

Elohopeakerho tekee retkiä kohteisiin, joihin olisi vaikea päästä yksikseen, esimerkiksi tutustuminen eduskuntataloon tai retkiä eri tv-ohjelmien kuvauksiin. Matkat ovat hyvä keino tutustua uuteen matkakohteeseen. Kerholaiset saattavat käydä uudessa eksoottisessa maassa tai kaupungissa Elohopeakerhon kanssa ja kohteeseen tutustuttuaan ja ihastuttuaan voivat sitten myöhemmin tehdä omatoimimatkoja samaan kohteeseen. Vanhemmat kerholaiset eivät ole työikäisenä vapaa-ajallaan matkustaneet kovinkaan paljon, joten heille on Elohopeakerhon myötä syntynyt uusia mukavia vapaa-ajanvietto mahdollisuuksia ja he ovat päässeet kokemaan kaikkea erityistä matkan aikana. Uudemmat kerholaiset saattavat olla jo tottuneita matkustamaan vapaa-ajallaan ja ovat käyneet useammissa maissa. He kuitenkin arvostavat sitä, että matkoilla kaikki on järjestetty valmiiksi ja pääsee

ryhmän kanssa matkustamaan. Lisäksi Elohopeakerhon matkoilla pääsee tutustumaan hieman erikoisempiinkin kohteisiin, kuin normaaleilla seuramatkoilla. Ulkomaanmatkat ovat juuri elohopeakerholaisille räätälöityjä erikoismatkoja, jotka ovat täysin ainutlaatuisia. Niille on suunniteltu omat matkaohjelmat, valittu parhaimmat suomenkieliset oppaat ja valittu jokaisesta kohteesta tärkeimmät nähtävyydet.

Elohopeakerhon ulkomaanmatkoilla voi olla hyvinkin eksoottisia kohteita ja eri kohteissa on erilainen fyysinen rasitus, joten fyysisesti rasittavammille matkoille valikoituu sitten nuorempia ja parempikuntoisia kerholaisia. Matkoja on kuitenkin monenlaisia, eri-ikäisille ja erilaisia asioita kokeneille löytyy varmasti kaikille omanlaisensa matka.

Trendeinä matkoissa tuntuvat olevan ajankohtaiset kohteet, klassikkomatkat, perinteet ja kulttuuri. Jotkin kohteet ovat todella suosittuja ja niihin tehdään useita matkoja, mutta sitten suosio alkaa hiipua. Kuitenkin matkasta saattaa tulla taas uudestaan suosittu, jos se otetaan myöhemmin uudelleen myyntiin.

Majoittuminen

Kaikilla matkoilla majoitutaan ainakin kolmen tai neljän tähden hotelleissa, joissa on vähintään perusmukavuudet ja lisänä hieman viihtyisyyttä. Kaupunkilomilla hotellin pitäisi olla ihan keskustassa, mutta lomakohteessa hotelli voi olla kauempanakin, koska sieltä tehdään retkiä muualle. Mikäli hotellissa on tarkoitus oleskella paljon matkan aikana, yritetään valita jopa viiden tähden hotelli. Kaupunkikohteissa riittää kolmekin tähteä, koska hinnat ovat usein niin korkeat. Eksoottisissa maissa, joissa elintaso ei ole kovin korkea, valitaan aina hyvä hotelli.

Ruokailut

Jokaiselle matkalle on jo etukäteen sovittu ruokailupaikat ja ravintolat. Ruuat ja ruokajuomatkin on usein valittu jo valmiiksi. Ruokailut järjestetään aina eri ravinto-

loissa, jotta päästään parhaiten tutustumaan paikalliseen ruokakulttuuriin ja viineihin. Matkoilla yritetään syödä mahdollisimman perinteistä kyseisen maan tai kohteen ruokaa, mutta ei kuitenkaan välttämättä maistella kaikkein eksoottisimpia omituisuuksia.

Ryhmäkoot

Yleensä matkoille mahtuu yhden bussilastillisen verran matkailijoita ja ryhmäkoot yritetään pitää sellaisina, että ryhmän on miellyttävä liikkua, eli ryhmien koko on noin 30–35 henkilöä (poikkeuksena esimerkiksi Ruotsin risteily, jossa mukana saattaa olla jopa 500 jäsentä). Tällä tavalla matkanjohtaja pystyy hyvin vaihtamaan sanan tai kaksi jokaisen matkalaisen kanssa.

Kiinnostavalle matkalle onkin hyvä ilmoittautua ajoissa, koska matkat ovat todella suosittuja ja kaikki halukkaat eivät välttämättä mahdu mukaan. Lähes kaikille ulkomaanmatkoille onkin jonotuslista, jos sattuisi tulemaan peruutuspaikkoja. Todella suosittuja matkoja järjestetään yleensä kuitenkin moneen kertaan, joten seuraavana vuonna voi olla sitten taas uusi mahdollisuus päästä mukaan.

Matkojen hinnat

Nykyisin ihmiset jäävät eläkkeelle aika varhaisessa vaiheessa ja monet ovat jo tottuneita matkustamaan. Monilla on omat eläkkeet, varallisuustaso ylipäänsä on kasvanut ja varsinkin vanhemmat ihmiset ovat varallisuustasoltaan hyvässä tilanteessa. Siksi ei tarvitsekaan enää etsiä halvinta mahdollista matkaa, vaan halutaan elämyksiä ja matkaan panostetaan. Elohopeakerhon matkoissa on hintalaatusuhde kohdallaan. Vaikka matkat eivät ole halpoja, on niissä niin paljon sisältöä, että rahoilleen saa varmasti vastinetta ja hieman luksusta elämään. Kaikki Elohopeakerhon matkat ovat täysin valmiiksi suunniteltuja ja matkan hintaan kuuluu kaikki, joten omaa rahaa ei matkoilla periaatteessa tarvitse, ellei halua ostella esimerkiksi tuliaisia. Matkojen hintaan kuuluu aina tilausajo kohteeseen tai ulkomaanmatkoilla kuljetus lentokentälle, retkiohjelma lähes jokaiselle päivälle (sisäl-

tää esimerkiksi kuljetukset ja sisäänpääsy kohteisiin), hyvätasoinen majoitus (yleensä 4–5 tähteä), hotellissa vähintään puolihoito, ruokailut paikallisissa ravintoiloissa ja ruokajuomat sekä suomalainen opas.

Matkojen varaaminen

Kätevimmin Elohopeakerhon ulkomaanmatkan saa varattua puhelimitse, soittamalla Suomen Matkatoimiston varausnumeroon 010 826 5200 tai käymällä paikan päällä toimistolla osoitteessa Hämeenkatu 26, Tampere. Jos haluaa osallistua Matkapoikien järjestämille kotimaanmatkoille, voi soittaa Matkapoikien Elohopealinjalle numeroon 010 2323 102 tai käydä varaamassa matka Matkapoikien toimistolla osoitteessa Tuomiokirkonkatu 19, Tampere. Samat tiedot löytyvät myös Elohopeakerhon matkojen esitteestä.

Kuljetukset

Linja-autoyhtiö Lauhamo hoitaa Elohopeakerhon kotimaan- ja ulkomaanmatkojen kuljetukset. Ulkomaanmatkoilla Lauhamo kuljettaa elohopeakerholaiset Helsinki-Vantaan lentokentälle ja kotimaanmatkoilla linja-auto on koko ajan mukana matkalla. Lisäksi Lauhamon linja-auto tulee mukaan myös risteilyille Viroon ja Ruotsiin. Linja-autot lähtevät liikkeelle aina Vammalasta ja ottavat matkalaisia myös matkanvarrelta. Yleensä ajoreittinä on Hämeenkyrö, Ylöjärvi, Nokia, Pirkkala, Tampere ja Lempäälä.

Matkojen ohjelma

Matkojen ohjelma on yleensä aika tiivis. Matkan jokaiselle päivälle on järjestetty ohjelmaa, esimerkiksi retkiä ja vierailuita, ja joillain ulkomaanmatkoilla saatetaan välissä vaihtaa jopa kaupunkia tai hotellia. Monilla matkoilla on kuitenkin edes yksi päivä tai ainakin puolipäivää jätetty vapaaksi, jotta matkustajat voivat ostella matkamuistoja tai tutustua matkakohteeseen itsekseen tai muiden kerholaisten kans-

sa. Matkojen aikataulu ja ohjelma ilmoitetaan etukäteen esitteessä, joten matkalaiset ovat jo osanneet varautua runsaaseen ohjelmatarjontaan. Jokaiselle matkalla olevalle retkelle ei ole tietenkään pakko osallistua, mutta ne kuitenkin sisältyvät matkan kokonaishintaan, joten ne on joka tapauksessa jo maksettu etukäteen.

Esimerkki kotimaanmatkasta:

MANNERHEIMIN JALANJÄLJILLÄ – NAANTALI YMPÄRISTÖINEEN

Torstaina 27.5.

Klo 06.55 Ylöjärvi, Op

Klo 07.15 Nokia, Op

Klo 07.30 Pirkkala, Op

Klo 08.00 Vanha Kirkko

Klo 08.30 Lempäälä Op –tarvittaessa Viialan Neste

Paluu Vanhalle kirkolle noin klo 20.00

Matkalla kohti Naantalia nautimme maittavat aamukahvit. Tutustumme Suomen aurinkoisempaan kaupunkiin Naantaliin kävelykierroksella läpi vanhan kaupungin ja kirkon. Naantalista löytyy myös **Kultaranta, presidentin virallinen kesäasunto**, johon teemme vierailun. Huvila sijaitsee kallion laella, vanhan kaupungin vastapäisellä rannalla upean puutarhan ympäröimänä. Mannerheim vieraili myöskin usein Kultarannassa, joskin ei heikon terveytensä takia pystynyt viettämään kesiä siellä. Kultarannasta Mannerheimin tarina vie meidät seuraavaksi Merimaskun kautta **Louhisaaren Kartanolinnaan**, joka on Mannerheimin syntymäkotina. Nautimme lounaan kartanoravintolassa ennen opastuksen alkua. Louhisaari kuului yli kolmesataa vuotta Fleming-suvulle ja yli sata vuotta Mannerheim-suvulle. Suomen marsalkka C.G.E. Mannerheim syntyi siellä vuonna 1867. Louhisaaren 1650-luvulla valmistunut päärakennus edustaa Suomessa harvinaista palatsiarkkitehtuuria. Sen juhla- ja talouskerros ovat 1600-luvun asussa. Keskimäinen kerros, varsinainen asuinkerros, on uusittu 1700- ja 1800-luvulla ja sen huoneet edustavat tuon ajan sisustusta. Louhisaarella on myös laaja englantilainen puisto kävelyteineen. Louhisaaren kartanolinna on Suomen pilottikohde kulttuuriperinnön saavutettavuus hankkeessa. Tutustumme myös lähistöllä sijaitsevaan **Askaisten Ritaripuistoon**, jossa jokaiselle Mannerheim-ristin ritarille on pystytetty oma kivensä ja näin jokaisella kivellä on myös oma maamme kohtalonhet-

kistä muistuttava tarinansa, joita myös oppaaltamme kuulemme. Käymme katsomassa myös Askaisten Aateliskirkkoa ennen kotimatkaa lähtöä.

Matkan hinta 95eur/hlö.

(Esite: Syksy/ 2009)

Esimerkki ulkomaanmatkasta:

ISTANBUL MUINAINEN KONSTANTINOPOLI 17. 10.– 21. 10. 2009

ISTANBULISSA KOHTAAVAT ITÄ JA LÄNSI, EUROOPPA JA AASIA.

Istanbulin sijainti on ainutlaatuinen: osa Euroopan ja osa Aasian puolella.

La Tilausajo Tampereelta, Finnairin aamulento Istanbuliin. Illalla risteily Bosporinsalmella, Salmi on 30 km pitkä ja toimii rajana Euroopan ja Aasian välillä.

Su Tutustuminen Dolmabahce-palatsiin, Hippodromiin, Siniseen Moskeijaan, Hagia Sofiaan ”Pyhän viisauden kirkkoon”. Hagia Sofia on Istanbulin sielu ja yksi maailmanhistorian merkittävimpiä rakennuksia, joka aikoinaan oli kristikunnan suurin kirkko. Nykyisin se toimii museona.

Ma Tutustumiskohteena on Topkapinpalatsi, jossa tutustutaan maailman mahtavimpien hallitsijoiden, sulttaanien elämään. Vuonna 1465 valmistunut Topkapi- palatsi oli neljänsadan vuoden ajan sulttaanien ja hänen hovinsa asuinpaikka. Sen kätköissä elivät sulttaanien vaimot ja jalkavaimot ja sen käytävillä punottiin ovelimmat poliittiset juonet. Toinen käyntikohde on 500-luvulla rakennettu maanalainen vesisäiliö, jota kutsutaan myös vajonneeksi palatsiksi. Vedessä olevat 336 marmoripylvästä 12:ssa rivissä tuovat mieleen uponneen palatsin. Täällä on kuvattu kohtauksia James Bondin elokuvasta Salainen agentti 007 Istanbulissa. Päivän päätteeksi käydään Katetulla Basaarialueella. Valintaa on, sillä kauppoja on yli 4000.

Ti Kaupunki on seitsemällä kukkulalla, joista näemme kaksi. Bosporinsalmen riippusilta ylitetään bussilla Aasian puolelle ja ihailemme loistavaa panoraamaa. Nahkavaatteiden tehtaanmyymälässä käydään, tutustutaan moniin nähtävyyksiin, kirkkoihin, moskeijoihin, vanhankaupungin muuriin. Illallisella nautitaan turkkilaisia herkkuja ja nähdään vatsatanssia.

Ke Lento Finnairin reittilennolla Helsinkiin. Tilausajo Tampereelle, jonne saavutaan noin klo 20.00. Majoitus keskustassa neljän tähden Golden Park Hotellissa. Matkan hinta 1450

eur. Hintaan sisältyy: tilausajo Tampereelta, yllä oleva ohjelma, lennot Finnairin reittilenolla, majoitus neljän tähden hotellissa, puolihoito, suomenkielinen opas.

(Esite syksy/ 2009)

Suosituimmat kohteet

Elohopeakerhon matkoista osa on niin suosittuja, että ne toistuvat aina vuosittain ja niihin riittää aina uusia jäseniä.

Suosituimpia Matkapoikien järjestämiä Elohopeakerhon matkoja kautta aikojen ovat olleet:

- Ikivihreäksi muodostunut Helsingin kaupunginteatterin Kvartetti näytelmä, jonne on vuosien mittaan viety 2650 elohopeakerholaista. Myös muut teatteriretket ovat olleet suosiossa
- Tyrvään kirkkokierros, missä on käyty noin 40 kertaa
- Kauneimmat joululaulut Tyrvään kirkossa
- Aira Samulinin kotipaikka Hyrsylän mutka, missä on vierailtu noin 35 kertaa
- Savonlinnan oopperajuhlat
- Inarin maan ruskamatka
- Kevätkauden tulppaanimatka Hollantiin

Suomen Matkatoimiston järjestämien ulkomaanmatkojen suosituimpia kohteita ovat olleet:

- Euroopan kulttuurimatkat, esimerkiksi:
 - Pariisi
 - Rooma
 - Itävalta
 - Provencen kierros
 - Toscanan viinimatka
 - Bayern-München

Infotilaisuus ennen matkalle lähtöä

Suomen Matkatoimisto järjestää informaatiotilaisuuden aina ennen ulkomaanmatkoille lähtemistä Osuuspankin tiloissa. Tilaisuudessa kerrotaan perusasiat kyseisestä maasta ja kohteesta sekä annetaan tarkat ohjeet kaikesta mahdollisesta matkaan liittyvästä, esimerkiksi siitä mitä kannattaa ottaa mukaan matkalle, millainen sää matkakohteessa on, miten kannattaa pukeutua, mitä sähkövirtaa maassa käytetään jne. Kartat on myös hankittu etukäteen ja ne jaetaan matkalle lähtijöille jo ennen matkaa. Matkan varattuaan saa matkaohjelman mukana ”Salmen muistilistan”, jossa kerrotaan mitä on hyvä tietää ennen lähtöä. Asiakkaille laitetaan jo etukäteen tietoa siitä, onko matkoilla paljon vai vähän kävelyä ja sopiiko matka huonompikuntoisille, jotta kenellekään ei tulisi väärää kohdevalintaa.

Matkojen vetäjät ja heidän tehtävänsä

Jokaisella Elohopeakerhon matkalla on aina matkan vetäjänä pankin edustaja. Useimmilla matkoilla vetäjänä on Elohopeakerhon isäntä Markku Eklöf, mutta myös Osuuspankin myyntiryhmä auttaa vetämällä kotimaanmatkoja, jos Markku ei pääse. Matkojen aluksi toivotetaan kaikki tervetulleeksi matkalle, esitellään matkakohde ja kerrotaan matkan aikataulut. Paikan päällä kohteessa vetäjät katsovat, että kaikki menee suunnitelmien mukaan ja tarkistaa, että kaikki matkalaiset ovat mukana. Takaisintulomatalla he jakavat matkalaisille kysely- ja palautelomakkeen ja vastaajat pääsevät osallistumaan pieneen arvontaan. Vetäjät myös pitävät seura, jos huomaavat, että joku matkalainen vaikuttaa olevan yksin. Lisäksi matkoilla kerrotaan pankin palveluista ja matkan aikana kerholaiset aina jollain tavalla tutustuvat pankin edustajaan, joten heidän on sitten helpompi tulla keskustelemaan pankkiasioistakin. Usein kerholaiset tulevat itsekkin kysymään pankin palveluista vetäjiltä. Kerholaisten on helpompi omaksua pankkiasiat kun niistä kerrotaan heille henkilökohtaisesti, toisin kuin vain lukemalla lehdestä tai esitteestä.

Matkanjohtajat osallistuvat kaikkiin tapahtumiin ja retkille saman lailla kuin muutkin matkailijat. Matkanvetäjän onkin tärkeää olla matkoilla aidosti mukana, olla oma itsensä ja olla matkoilla asiakkaita varten. Tärkeää on huomioida kaikkia matkalai-

sia tasapuolisesti ja varmistaa, että kaikilla on mukavaa ja miellyttävä olla. Elohopeakerholaisista tulee vuosien varrella usein hyviä ystäviä matkanjohtajien kanssa, mikä tietysti helpottaa yhteistyötä, koska asiakassuhteesta tulee tiiviimpi ja sitoutuneempi.

Matkanjohtaja Markku Eklöf

Yksi tärkeimmistä vetovoimatekijöistä matkoilla on jo legendaksi muodostunut kerhon isäntä ja matkanjohtaja Markku Eklöf. Hän on panostanut valtavasti Elohopeakerhoon ja persoonana ikään kuin luonut koko kerhon maineen. Hänen persoonallisuutensa on lumonnut monet ja monille matkoille lähdetäänkin vain siksi, että Markku on lähdössä matkalle vetäjäksi. Kaikki matkat, joille Markku pääsee, ovat suosittuja ja Markun mukanaolo tuo matkoille aina varmasti lisää ihmisiä. Hän toimii ikään kuin siis matkojen myyntivalttina. Koska Markku osallistuu jokaiselle ulkomaanmatkalle, ei hän ehdi mukaan kaikille kotimaanmatkoille, mutta pyrkii kuitenkin olemaan mukana kotimaanmatkoillakin, jos vain ehtii. Kotimaanmatkat, joissa Markku on vuosittain mukana, ovat Savonlinnan oopperajuhlat, Inarin maa sekä Elohopeakerhon pikkujouluristeily.

Persoonaltaan Markku on erittäin sosiaalinen matkanjohtaja ja ottaa matkan aikana jokaiseen tasapuolisesti kontaktia sekä huomioi jokaisen matkalaisen. Hauskat ja viihdyttävät jutut sekä Markun valovoimaisuus vetävät ihmisiä lähtemään mukaan matkoille. Linja-autossa tai lentokoneessa Markku saattaa järjestää kilpailuja, kertoa vitsejä tai järjestää muuten mukavaa ohjelmaa, jotta matka kuluisi rattoisasti ja nopeasti. Markku Eklöfistä huomaa, että hän pitää työstään Elohopeakerhon isäntänä, eikä väsy siihen yhtään.

Esite

Elohopeakerhon esite ilmestyy kaksi kertaa vuodessa, elokuussa ja tammikuussa. Esite postitetaan kaikille jäsenille, mutta se on luettavissa myös internetissä Tampereen Seudun Osuuspankin omilla sivuilla. Esitteessä on esitelty kaikki ulko-

maan- ja kotimaanmatkat, matkojen ohjelma lyhyesti sekä muut Elohopeakerhon tilaisuudet. Esitteessä on lisäksi mainoksia muista ohjelmista tai tapahtumista, joista elohopeakerholaiset voisivat olla kiinnostuneita. Esite sisältää myös ilmoittautumisohjeet matkoille ja tilaisuuksiin sekä matkojen maksu- ja peruutusehdot. Esitteen alussa on aina kerhoisännän tervehdys.

Elohopeakerhon muu toiminta

Matkojen lisäksi Elohopeakerho järjestää myös muuta toimintaa jäsenilleen: tiedotustilaisuuksia iäkkäämmille ihmisille sopivista pankin palveluista, atk-kursseja ja lääkäriluentoja eri aiheista, esimerkiksi univaikeuksista tai terveellisestä ruokavaliosta. On yritetty keksiä jokaiselle kiinnostavia ja tärkeitä aiheita. Lisäksi elohopeakerholaiset saavat erilaisia etuja Tampereen seudulla, esimerkiksi saavat alennusta Tampereen teatterin näytöksistä.

Elohopeakerholaisen kokemuksia ja mielipiteitä

Eräs elohopeakerholainen on osallistunut monen vuoden ajan useille Elohopeakerhon järjestämille matkoille. Lisäksi hän on ollut mukana muussakin Elohopeakerhon toiminnassa, esimerkiksi risteilyillä ja puurojuhlissa. Ensin hän matkusti Elohopeakerhon matkoilla yhdessä miehensä kanssa, mutta jäätyään leskeksi hän matkustaa nyt yksin. Hän on ollut myös muiden matkanjärjestäjien matkoilla, mutta arvostaa paljon Elohopeakerhon matkoja. Hän pitää siitä, että matkat eivät ole vain pankin järjestämiä, vaan ne on järjestetty ammattitaidolla matkatoimistojen kanssa.

Elohopeakerholaisen mielestä matkat ovat hyvin järjestettyjä, hotellit ja ruokailupaikat ovat hyviä ja tarkoin mietittyjä. Hän ei oikeastaan löydä matkoista mitään moitittavaa. Elohopeakerholainen kertoo, että on mukavaa, että hänestä pidetään huolta, ja hän voi lähteä matkoille, vaikka ei olekaan enää puolisoa mukana. Hän kertoo saaneensa matkoilta uusia ystäviä, mutta viihtyy retkillä kuitenkin yksinkin, koska siellä on hyvä ilmapiiri, eikä tarvitse ujostella. Hän sanoo tuntevansa olonsa

etuoikeutetuksi matkoilla. Matkanjohtajat pitävät hänestä ja muista huolta, jotta ei esimerkiksi tarvitse kävellä liian kovaa ja muut matkalaiset odottavat. Matkakohdeissa kaikille retkille ei ole myöskään pakko osallistua, jos ei halua. Elohopeakerhon matkoilla on aina mukavaa porukkaa ja hyvä henki, mikä johtuu erityisesti matkanjohtajasta Markusta. Matkoilla ei ole ikinä ollut häiriköitä. Hän on ollut myös tyytyväinen Elohopeakerhon kuljettajaan linja-autoyhtiö Lauhamoon.

Elohopeakerhon matkojen sisällöstä hän kertoo, että matkoilla käydään aina eri ruokapaikoissa ja maistellaan maiden omia ruokia. Kaikki ruokailupaikat ovat hänen mielestään ensiluokkaisia, siistejä ja niissä on hyvä palvelu. Matkat ovat mielenkiintoisia ja niillä koetaan monenlaisia asioita. Hänen mielestään on mukavaa, että retkillä kaikki haluavat olla yhdessä, eivätkä mene omia polkujaan.

Elohopeakerholainen ei säästele sanojaan kehuessaan matkanjohtajaa Markku Eklöfiä. Hän kertoo, että Markku on aina hyväntuulinen, kohtelias, ottaa kaikki huomioon, huolehtii jokaisesta ja kertoo paljon nähtävyyksistä sekä pankin palveluista. Markku on myös ottanut selvää kertomistaan asioista, joten tiedot ovat luotettavia ja kattavia. Monet lähtevätkin matkoille vain Markun takia.

Ennen ulkomaanmatkoja järjestettävä informaatiotilaisuus matkoista on kyseisen elohopeakerholaisen mielestä tärkeä ja hyvä, että sellainen järjestetään. Jokaisella matkalla kerrotaan jotain pankin palveluista tai uutuuksista ja kyseisen elohopeakerholaisen mielestä pankin asioista kerrotaan riittävän paljon. Hän kuuntelee yleensä informaation tarkkaan, koska asiat ovat mielenkiintoisia ja tärkeitä. On myös hyvä asia, että jokaisella matkalla jaetaan kyselylappuset, joihin voi kirjoittaa, jos haluaa lisätietoa jostakin pankin asiasta, kertoa mielipiteensä matkasta tai ehdottaa uusia kiinnostavia matkakohteita. Elohopeakerholainen on kuitenkin tyytyväinen matkakohteisiin, eikä haluaisi itse vaikuttaa uusiin matkakohdevalintoihin.

Kun kyseinen elohopeakerholainen haluaa varata matkan, hän ottaa suoraan yhteyttä Markku Eklöfiin, joka hoitaa varauksen hänen puolestaan. Toisinaan hän käy myös Matkapoikien toimistolla varaamassa matkan. Joskus jos hän ei ole varannut itselleen mitään matkaa, saattaa Markku soittaa ja kysyä, miksi hän ei ole ilmoittautunut ja kyselee mille matkalle hän haluaisi ilmoittautua. Hänestä ja Mar-

kusta on tullut ystäviä niiden vuosien aikana, kun hän on ollut mukana Elohopeakerhon matkoilla.

Elohopeakerhoon kuuluvan pariskunnan kokemuksia ja mielipiteitä

Eräs Elohopeakerhoon kuuluva pariskunta on yhdessä matkustanut monilla elohopeakerhon matkoilla. Alussa he olivat vain kotimaanmatkoilla, koska Elohopeakerho ei silloin vielä järjestänyt kovinkaan paljon ulkomaanmatkoja. He ovat kuitenkin matkustaneet sitten omatoimisesti muiden matkanjärjestäjien ja erilaisten yhdistysten matkoilla. Kun ulkomaanmatkat Elohopeakerhossa yleistyivät, innostuivat hekin kokeilemaan myös Elohopeakerhon ulkomaanmatkoja. Lisäksi pariskunta on ollut mukana myös muussa Elohopeakerhon toiminnassa, esimerkiksi erilaisissa tiedotustilaisuuksissa ja Tyrvään kirkon joululaulutilaisuudessa.

Pariskunta on ollut tyytyväinen matkoihin. Heidän mielestään on hyvä, että voi mennä ryhmän mukana ja kaikki on suunniteltu valmiiksi, koska heillä ei ole kauheasti kielitaitoa, joten on hyvä, että Elohopeakerhon matkoilla pärjää mainiosti suomen kielellä. Lisäksi kun kaikki ruokapaikat ja nähtävyydet on suunniteltu jo valmiiksi ja jokaiselle päivälle on aikataulu, ei mene sitten turhaa aikaa paikkojen etsimiseen tai mietiskelyyn, että mihin menisi. Aika riittääkin paljon paremmin moniin asioihin matkalla, kun kaikki on etukäteen hyvin suunniteltu ja järjestetty. Pariskunta kertoo saaneensa Elohopeakerhon matkoilla paljon kokemuksia erilaisista kansoista, kulttuureista ja maiden tavoista. Joissain maissa heille on tullut jopa kulttuurishokki, kun ei ole etukäteen tiennyt joidenkin maiden tavoista. Heidän mielestään on mielenkiintoista esimerkiksi tietää ja nähdä miten maassa on ennen eletty.

Pariskunta on ollut tyytyväinen informaatioon pankin palveluista ja toiminnasta. Matkoilla tiedotetaan myös tulevista matkoista, joita on tulossa seuraavalle kaudelle. Pariskunta toivoisi, että matkoilla jäisi hieman myös vapaata aikaa. Viikon aikataulu on yleensä aika täynnä, koska kohteissa on paljon nähtävää ja tekemistä. Heidän mielestään olisi kuitenkin hyvä, jos olisi yksi tai muutama täysin vapaa päivä, jonka voisi sitten käyttää mieleisellään tavalla.

Elohopeakerholaisten lausahduksia

"Elohopeakerhon matkoilla voi jättää rahapussin kotiin ja aivot Keskustorille"

"Eläkkeellä pitää tehdä mitä pystyy ja mistä nauttii"

"Eläkkeellä olo on parasta aikaa"

"Olen onnellinen, että voin mennä, nähdä, kokea ja saada uusia ystäviä"

"Elohopeakerhon kohteet ovat mielekkäitä ja mielenkiintoisia, koska niitä en ole ennen nähnyt"

"Olemme matkustaneet paljon lomillamme ja myös työmme puolesta. Elohopeakerhon järjestämät matkat ovat todella hyvä matkustusmuoto ja tällä tavalla haluamme jatkaa matkustamistamme. Meistä on mukavaa, että joku on tehnyt matkan valmiiksi puolestamme, joten voimme vain nauttia matkasta, jossa on valmiiksi rakennettu ohjelma"

"Matkustamiseen jää koukkuun. Kun tulee hyviä kokemuksia, haluaa mennä uudestaan"

"RAHAPUSSI KOTIIN JA AIVOT KESKUSTORILLE"

HISTORIIKKI ELOHOPEAKERHON MATKOISTA JA TOIMINNASTA

Tampereen Seudun Osuuspankilla on toiminnassaan tarjolla jotain erilaista, sellaista mitä ei ole saatavilla muualla Suomessa. Toki tämänkaltaista toimintaa on tarjolla muissakin Suomen Osuuspankeissa, mutta ei tällaisia mittasuhteita saavutettua. Kyseessä on eläkeikäisille omistajajäsen asiakkaille tarkoitettu Elohopeakerho, jonka toiminta-ajatuksena on järjestää matkoja sekä kotimaahan että ulkomaille ja lisäksi muita aktiviteetteja kerholaisten eläkepäiville. Kerho on toiminut Tampereella jo parikymmentä vuotta, mutta vasta nyt kerhon, niin kutsutulla ”uudella ajalla”, se on saavuttanut aivan valtavat mittasuhteet. Syy, miksi nimenomaan tämä kerho on saavuttanut Tampereella niin suuren mittakaavan ja suosion asiakkaiden keskuudessa, siihen löytyy varmasti monia teorioita ja selityksiä. On kuitenkin olemassa yksi tärkeä selitys tai oikeastaan yksi henkilö ja persoona, joka menee kaiken edelle, kun katsotaan kerhon historiaan. Kerho sai itselleen keuhkot ja sielun, kun kuvioon astui kerhoisäntä Markku Eklöf.

Markku Eklöf toimii tällä hetkellä palvelupäällikkönä Tampereen Seudun Osuuspankin private-konttorissa, aivan Tampereen keskustan sydämessä. Hän työskentelee siis päätoimisesti Osuuspankin sijoitusosastolla ja on asiakkaiden tavoitettavissa aina paikalla ollessaan ajanvarauksella. Työnsä ohella Markku on toiminut jo lähes 15 vuoden ajan Elohopeakerhon kerhoisäntänä. Pääsääntöisesti Markku johtaa kaikkia ulkomaille suuntautuvia matkoja, joitain poikkeuksia lukuun ottamatta, ja aina kun aikataulu antaa myöden, on hän mukana myös kotimaanmatkoilla. Vuodesta 1996 lähtien, kun Markku on toiminut kerhoisäntänä, on hän tehnyt kerhosta aivan omanlaisensa ja tuonut siihen mukaan persoonansa sekä omat mielenkiinnon kohteensa. Mielenkiinnon kohteet näkyvät muun muassa ulkomaankohdeissa, sillä esimerkiksi Intia on Markulle tärkeä kohde, ja hän on tuonut Intian myös matkatarjontaan, jotta asiakkaat pääsevät kokemaan kohteen rikkaudet ja parhaat puolet. Kerhon toiminnan historian aikana on käyty läpi erilaisia käännekohtia, osa hieman pienempiä ja osa suurempiakin, mutta kaikista käännekohtista parhain onnenpotku on ollut Markun astuminen kerhon johtavaan asemaan. Markulle osa elohopeakerholaisista on tuttuja jo alkuaajoista lähtien, joten tähän päivään mennessä kävijämäärät ovat kasvaneet huimiksi ja lisää halukkaita osallistujia tulee jatkuvasti.

Matkatarjonta on kerhon historian aikana paisunut suureksi. Matkoja ideoimassa ovat yhteistyökumppanit, eli jo kerhon alkuaajoista lähtien ollut Suomen Matkatoimisto sekä Matkapojat vuodesta 2003 lähtien. Näiden yhteistyökumppaneiden kanssa laaditaan asiakkaille kattava matkatarjonta, joista heillä on sitten varaa valita omaan mielenkiintoonsa sopivimmat. Kerhon isäntänä olo on kaksijakoista, sillä työ on haastavaa, mutta kuitenkin erittäin antoisaa työtä. Haasteellisuutta tuo matkojen uudistaminen, jolla tarkoitetaan sitä, että useat matkat ovat olleet ohjelmassa jo alusta alkaen, mutta silti ilmoittautujia riittää, eli kuinka saada matka yhä uudestaan tuntumaan uudelta. Markulla taito on todella hyppysissä, sillä matkat täyttyvät ennätysvauhtia, varsinkin ulkomaan kohteiden saralla. Ulkomaiden kestosuosikki Rooma löytyy aina ohjelmistosta, joko syksyllä tai keväällä, ja aina matka on loppuunmyyty. Tämä kertoo siitä, että matkat ovat olleet onnistuneita ja ihmiset ovat viihtyneet. Asiakkaat haluavat aina vain uudestaan kokea saman elämyksen, johon on joka vuosi lisätty jotain uutta ja inspiroivaa.

Elohopeakerhon ensimmäinen aikakausi

Elohopeakerho perustettiin parikymmentä vuotta sitten, koska Tampereen Seudun Osuuspankki halusi tarjota eläkeikäisille jotain mielekästä toimintaa, esimerkiksi matkailun muodossa. Tämän alkuaikakauden kerhon perusti Seppo Saarentaus, joka toimi tuolloin pankinjohtajana. Hän halusi sivutoimena alkaa järjestämään matkoja ja muuta toimintaa seniori-ikäisille. Kerho perustettiin 1989 luvun loppupuoliskolla. Matkoja mukana järjestämässä oli silloin, vielä tänä päivänäkin mukana oleva, Suomen Matkatoimisto. He yhteistyössä järjestivät joitain ulkomaille suuntautuvia reissuja. Kotimaanmatkoja oli myös jonkin verran. Tällöin kerhonvetäjä Seppo Saarentaus hankki esimerkiksi matkojen kuljetuksen ja Osuuspankilla oli suuri vastuu kerhosta. Tilausmatkojen, eli hieman kauemmaksi sijoittuvien matkojen liikennöinti aloitettiin Tokeen liikenteen kanssa. Matkat sijoituivat hyvin paljon Tampereen seudulle ja muulle lähialueelle.

Markku Eklöf työskenteli aikaisemmin Säästöpankissa, mutta vuonna 1994 hän siirtyi töihin Osuuspankille, koska Säästöpankki yhdistyi Osuuspankkiin. Markulla oli Säästöpankin ajoilta jo aiempaa kokemusta kerhoisäntänä olemisesta, joten

hän tuli myös Osuuspankissa mukaan Elohopeakerhon toimintaan. Vuonna 1995 kerholla oli ikään kuin kaksi kerhoisäntää: eläkkeelle jäämässä oleva Seppo Saarentaus ja juuri Osuuspankille töihin tullut Markku Eklöf. Seppo Saarentaus lopulta jättäytyi kerhosta pois keväällä 1996. Hän siirtyi Tokeen liikenteen palvelukseen ja oli siellä muun muassa vastaanottamassa Elohopeakerhon matkojen varauksia ja auttamassa esitteen teossa.

- | | |
|------------------|---|
| 1989–1990 | Elohopeakerhon toiminta aloitetaan Tampereen Seudun Osuuspankissa. Kerhossa toimii vetäjänä Seppo Saarentaus. Tokeen liikenne alkaa liikennöidä Elohopeakerhon tilausmatkoja. |
| 1994 | Markku Eklöf, tuleva kerhonjohtaja, tulee työntekijäksi Osuuspankkiin, kun Säästöpankit osittain jaettiin eri pankeille. |
| 1995 | Kerhotoiminnassa on mukana kaksi vetäjää: Markku Eklöf ja Seppo Saarentaus. |
| 1996 | Keväällä Seppo Saarentaus jää pois toiminnasta, joten Markku Eklöf jatkaa hänen tilallaan ja aloittaa kerhon uuden aikakauden. |

Elohopeakerhon uusi aikakausi

Kerhon uusi aikakausi alkoi vuonna 1996. Tästä vuodesta lähtien kerhon toiminta on muuttunut radikaalisti aluksi pienin askelin, mutta suurin harppauksin kun käydään kohti tätä päivää. Vuonna 1997 Osuuspankin neuvotteluissa päädyttiin ratkaisuun, että matkojen laatiminen ja esitteen painaminen annetaan kokonaisuudessaan muille tahoille ja pankki keskittyy ainoastaan matkojen vetämiseen ja asiakkaisiin.

Aluksi muutokset näkyivät selkeimmin kerholehdistä. Ensin tuli mukaan kerholehden tervehdyskirje, jonka kerhon isäntä Markku Eklöf on laatinut aina jokaiseen ilmestyvään kerholehteen, ensimmäiselle sivulle. Näin kerholaiset ja uudetkin jäsenet heti tietävät kuka on kerhon vastaava ja yhteyshenkilö, mikäli tulee kysyttävää tai on ongelmia, esimerkiksi pankkiasioden saralla. Tervehdyskirjettä profiloitiin enemmän vuonna 1998, sillä tervehdyksien alle lisättiin kerhon isännän kuva. Näin kirjeistä tuli henkilökohtaisemmin kerholaisille osoitettuja. Markku pyrkii aina tervehdyskirjeessään kertoilemaan kuulumisia, suunnitelmia uusista matkoista sekä kerhotoiminnan uutuuksista. Muistutuksena kerholaisille saattaa olla myös pointti, esimerkiksi vakuutuksen ottamisesta.

Vuodesta 1996 aina 2000-luvun alkuun oli ulkomaanmatkoja tarjolla suhteessa melko vähän ja pääpaino oli vielä kotimaanmatkoissa. Kun päästiin uudelle vuosituhannelle, alettiin kerhoa uudistaa vielä entistä voimakkaammin.

Vuonna 2001 kuvattiin Elohopeakerhon toimintaa YLE:n ”Täällä Pohjantähden alla” tv-dokumenttiin. Tämä oli Elohopeakerholle myös hyvä markkinointikeino. Jakso keskittyi eläkeikäisten aktiviteetteihin ja kuvauksissa oltiin mukana Elohopeakerhon järjestämällä Tallinnan risteilyllä sekä eräällä kotimaanmatkalla. Mukana oli myös elohopeakerholaisten haastatteluja sekä tietysti itse kerhoisännän haastattelu.

Vuonna 2001 suosituimpia matkoja oli tehty jo noin 20 kertaa ja kysynnän määrä oli kova. Jäsenmäärä oli kasvanut valtavasti ja kerholaisia oli jo lähes 13 000.

Räätälöityjä ulkomaanmatkoja lisättiin, sillä suunnitteilla oli jo seuraavalle vuodelle Saksan, Italian ja Egyptin matkat.

Kerhon isäntä Markku Eklöf toimii jokaisen Elohopeakerhon ulkomaanmatkan matkanvetäjänä, sillä hän on innokas matkustelija itsekkin ja kiinnostunut erilaisista kulttuureista. Kun hän alkoi johtaa Elohopeakerhoa vuonna 1995, toimi hän enemmän kotimaanmatkojen vetäjänä. Alussa pankin konttoreiden henkilöitä oli auttamassa matkojen vetämisessä, eli eri sivukonttoreiden toimihenkilöitä otettiin bussiemänniksi ja muutenkin vastaamaan matkojen kulusta. Kotimaanmatkoja oli niin paljon tarjolla, ettei Markku pystynyt mitenkään yksin johtamaan kaikkia matkoja. Vuonna 2003 tähän asiaan tuli kuitenkin muutos, koska silloin Osuuspankissa toimiva myyntiryhmä tuli mukaan vetämään kotimaanmatkoja. Myyntiryhmässä on kätevä neuvotella esimerkiksi siitä, kuka toimii eri matkojen vetäjänä ja heidän on helppo pitää yhteyttä kerhon isäntään, koska myyntiryhmän työpaikka sijaitsee aivan viereisessä talossa, kuin kerhon isännän työhuone.

Vuosi 2003 oli muutenkin vaiherikas Elohopeakerhon toiminnan kannalta ja toi tullessaan monia muutoksia. Yhteistyö Tokeen liikenteen kanssa päättyi keväällä. Syksyllä 2003 solmittiin yhteistyösopimus Matkapoikien kanssa ja heille siirtyi vastuu Elohopeakerhon kotimaanmatkojen järjestelemisestä. Matkojen suunnittelu Matkapoikien kanssa alkoi niin, että aluksi selvitettiin millaisia matkoja on tähän mennessä tehty ja mitkä olivat olleet suosittuja. Näiden pohjalta alettiin sitten järjestämään aluksi samanlaisia matkoja ja myöhemmin myös hieman erityyppisiä kotimaanmatkoja. Matkapoikien toimisto sijaitsee kätevästi Osuuspankin pääkonttorin läheisyydessä, mikä helpottaa yhteistyötä. Jo toistakymmentä vuotta Matkapoikien kanssa yhteistyössä toiminut linja-autoyhtiö Lauhamo aloitti Elohopeakerhon matkojen kuljetukset.

Elohopeakerhoon haluttiin lisää jäseniä vuonna 2004, joten kokeiltiin uutta markkinointitapaa: esitteitä painatettiin yhteensä 21 500 kappaletta ja niitä postitettiin sitten muillekin kuin Elohopeakerhon jäsenille. Esitteen taakse lisättiin kerhoon liittymislomake, jotta ne ihmiset jotka eivät vielä olleet Elohopeakerhon jäseniä, saivat tulla mukaan kerhon toimintaan. Seuraavan vuoden 2005 kevääseen mennessä jäsenmäärä oli kasvanut huimasti ja jäseniä oli yhteensä jo 15 000. Vuotta 2004

voidaan pitää esitteidenkin osalta pienenä merkkipaaluna, sillä tästä vuodesta lähtien niitä alettiin yhä enemmän tuoda nykypäivää kohti. Etukanteen tuli uutuutena kuva, joka on aina jokaisessa esitteessä erilainen. Sisällysluettelo lisättiin toiselle sivulle tervehdyskirjeen viereen ja matkaehdot siirrettiin esitteen loppuun.

Matkapoikien mukana vuonna 2007 kerhoon tuli matkoja varten uusi puhelinvarauslinja, joka todettiin hyväksi vaihtoehdoksi, ja on käytössä yhä tänä päivänä. Varaussjärjestelmä on käytössä ympäri Suomen ja sieltä löytyy kaikki Elohopeakerhon matkat. Tällä tavalla toimistot eri puolilla Suomea pystyvät varaamaan matkoja kerholaisille, joten sen avulla pystytään käsittelemään suurempiakin määriä asiakkaita. Elohopeakerholaiset voivat siis soittaa varausnumeroon, kun haluavat ilmoittautua matkalle ja tehdä varauksen. Ensin puhelu välittyy Tampereen Matkapoikien toimistoon, mutta jos siellä on ruuhkaa puheluissa, lähtee puhelu kiertämään johonkin muuhun Suomen Matkapoikien toimistoon, jossa puhelu sitten otetaan vastaan ja matka saadaan varattua. Tällainen toiminto on hyvä, koska varauksia hoidetaan paljon puhelimitse, joten välttyään ruuhkilta ja odotusajat ovat lyhyempiä. Aikaisemmin puhelu välittyi ainoastaan Tampereen Matkapoikien toimistoon, joten puhelinlinja oli usein varattu ja matkalle ilmoittautuminen vei aikaa. Useat elohopeakerholaiset kuitenkin käyvät tänä päivänä toimistossa paikan päällä varaamassa paikkansa matkalle.

Elohopeakerhon markkinointiväylät ovat tähän päivään mennessä monipuolistuneet valtavasti ja kerho on saavuttanut eri markkinointiväyliä tasapuolisesti käyttäen itselleen jo ympäri Suomea kiertävän maineen. Tämä näkyy siitä, että useat pankit ympäri Suomen ovat alkaneet kehittää aktiivisemmin tämän kaltaista toimintaa. Lisäksi tulee kyselyitä eri puolilta Suomea, että pääsisikö mukaan kerhoon ja sen toimintaan. Tämä kerho on kuitenkin Tampereen alueen oma ja kaikki asiakkaat pääsääntöisesti ovat alueen asiakkaita ja tietysti Osuuspankin omistajajäseniä. Alusta alkaen tärkeitä mainonnan välineitä ovat olleet Elohopeakerhon tiedotteet ja esitteet. Esitteestä on tullut tähän päivään mennessä paksuhko vihkonen, jossa on monipuolisia matkoja, muuta ohjelmaa sekä eri alan yritysten mainoksia, jotka jollain tavalla kuitenkin liittyvät kerhon toimintaan, esimerkiksi TallinkSiljan sekä Viking Linen mainokset. Yksi merkittävä askel oli myös televisioon pääseminen, jonka avulla kerhoa tuotiin tunnetuksi ja monet kiinnostuivat kerhosta lisää

ohjelman kautta sekä liittyivät omistajajäseniksi. Internet-palvelut tulivat käyttöön vuonna 2008. Elohopeakerholla on omat sivunsa, jonne päivitetään muun muassa esitteet sekä matkakuulumisia eri matkoilta ja muita ajankohtaisia tiedotteita. Yksi tärkeimmistä mainonnan välineistä ovat kuitenkin asiakkaat, koska tyytyväiset asiakkaat kertovat matkoista ja kokemuksistaan eteenpäin ja tällä tavalla tulee jatkuvasti lisää asiakkaita kerhoon.

- 1996** Markku Eklöf siirtyy kerhon isännäksi. Yhteistyösopimus Tokeen liikenteen kanssa jatkuu, eli he jatkavat matkojen liikennöintiä ja vastaavat esitteen painamisesta.
- 1997** Kerhon toiminnan jatkumisesta käydään sisäisiä neuvotteluja. Kerhon toiminta vie jopa liikaa aikaa kerhoisännältä ja pankilta, joten jatkosta keskustellaan. Kerhoisäntä Markku Eklöf haluaa kuitenkin ehdottomasti jatkaa kerhoisännän tehtäviä ja visioi jo tuolloin, että tämän kaltaiselle toiminnalle tulee olemaan kysyntää tulevaisuudessakin. Ratkaisuna päädytään ulkoistamaan matkojen suunnittelu, varaukset ja muu matkojen suunnitteluun liittyvä toiminta. Tokeen liikenne aloittaa yhteistyössä Elohopeakerhon kanssa kotimaanmatkojen laatimisen ja jatkaa kerhon matkojen liikennöintiä. Suomen Matkatoimisto jatkaa ulkomaanmatkojen saralla, kuten jo aiemminkin.
- 1998** Esitteisiin tulee tänä vuonna mukaan kerhoisännän Markku Eklöfin kuva. Syksyllä pidetään kysely Elohopeakerhon toiminnasta, eli asiakailta pyydetään ideoita toiminnan kehittämiseen ja uusia matkaideoita.
- 2000** Elohopeakerhossa kokeillaan uutuutena useamman päivän pituisia kotimaanmatkoja, eli kohteita joihin jäädään yhdeksi tai useammaksi yöksi. Ne osoittautuvat suosituiksi ja näin saadaan lisättyä uusia kohteita, joita asiakkaat ovat toivoneet. Nämä matkat ovat uutuutena tarjolla syksyn 2000 kerhon esitteessä. Ennen tätä kokeilua suosiossa ovat olleet etenkin kotimaahan sijoittuvat päivämatkat.

Tampere-talossa järjestetään Seniorit tapahtuma, jossa Elohopeakerholla on oma osastonsa. Elohopeakerhon lehteen on liitetty mukaan alennuskuponki sisäänpääsystä.

2001 Tänä vuonna Elohopeakerho pääsee julkisuuteen, sillä YLE TV2 kuvaa dokumenttiohjelmalla "Täällä Pohjantähden alla" ja Elohopeakerho on mukana yhdessä kokonaisessa jaksossa. Jäsenmäärä on syksyyn mennessä kasvanut todella paljon ja jäseniä on jopa 13 000. Markat vaihtuvat euroiksi, joten Elohopeakerho järjestää kerhon jäsenille informaatiotilaisuuksia uudesta valuutasta. Räätelöidyt ulkomaanmatkat ovat lisäyksessä ja matkasuunnitelmia on jo vireillä.

2002 Yksi kotimaanmatkoista on ollut todella suosittu, eli Tyrvään kierros, jonne matkoja on tehty jo 25 kertaa.

2003 Tokeen liikenne ja Osuuspankin Elohopeakerho päättävät yhteistyönsä kevätkaudella. Matkapojat aloittavat yhteistyön Elohopeakerhon ja Markku Eklöfin kanssa. Matkapojat kilpailuttavat bussiyhtiöt, laativat kerhon esitteen sekä järjestävät kotimaanmatkat. Heidän kauttaan tapahtuu ilmoittautuminen kotimaanmatkoille. Matkatoimistolla on käytettävissään matkojen varausjärjestelmä, joten ilmoittautuminen sujuu entistä sujuvammin. Matkapojien kautta alkaa Elohopeakerhon kanssa yhteistyöhön linja-autokuljetuksia hoitava Lauhamon liikenne, joka on tehnyt Matkapojien kanssa yhteistyötä jo toistakymmentä vuotta.

Matkojen vetämiseen tarvitaan uusi ratkaisu, sillä Markku ei pysty mitenkään hoitamaan matkoja yksin. Tähän asti matkojen vetämisessä on auttanut eri konttoreiden henkilökunta. Tämä ratkaisu ei enää toimi, sillä se aiheuttaa hankaluuksia konttoreiden sijaisuuksien hoitamisessa. Ratkaisuna tähän tulee matkoja jatkossa vetämään, Markku Eklöfin lisäksi, myyntiryhmä, joka toimii Tampereen Seudun Osuuspankissa. Myyntiryhmä päättää neuvottelemalla, kuka jäsenistä vetää matkan. Näin ei matkojen vetäjiksi tarvita enää sijaisia konttoreista, joten se ei vaikuta enää konttorien työpanokseen.

- 2004** Miia Pakkanen ryhtyy Elohopeakerhon vastaavaksi Matkapojilla. Elohopeakerhon esitteeseen lisätään maisemakuvia kohteista, joita löytyy Elohopeakerhon matkatarjonnasta. Esite ja omistajajäsenhakemus lähetetään muillekin, kuin Elohopeakerhon jäsenille aivan kokeilumielessä, jonka tarkoituksena on hankkia lisää kerholaisia. Tämän jälkeen jäsenmäärä kasvaa valtavasti. Tästä lähtien jokaisen esitteen takaosasta löytyy omistajajäseneksi ilmoittautumislomake.
- 2005** Kevätkaudella jäseniä on yli 15 000 ja toimintaa on lisätty, jotta kaikki halukkaat pääsisivät matkoille ja tapahtumiin mukaan. Markku Eklöf on nyt toiminut kymmenen vuoden ajan Elohopeakerhon isäntänä.
- 2006** Valmismatkaehdot tulevat esitteen takaosaan tarkemmin, eli kerrotaan paremmin maksu- ja peruutusehdoista sekä vakuutuksista.
- 2007** Matkojen varausjärjestelmä muuttuu modernimmaksi: otetaan käyttöön uusi puhelinvarausjärjestelmä, jossa on Elohopeakerhon matkoja varten oma puhelinlinja. Tämän avulla puhelut yhdistyvät myös muihin kuin Tampereen Matkapojien toimistoon, joten ruuhkaisena hetkenä ei joudu jonottamaan niin kauaa enää kuin aikaisemmin. Varaaminen onnistuu siis helpommin ja nopeammin. Aiemmin puhelinvaraukset yhdistyivät ainoastaan Tampereen Matkapojien toimistoon, joten jonoitusajat saattoivat venyä pitkiksikin.
- 2008** Talvikauden 2008–2009 esitteen tervehdyskirjeessä mainostetaan ensimmäisen kerran Tampereen Seudun Osuuspankin verkkopalveluita, joihin on lisätty elohopeakerholaisille oma sivusto.
- 2009** Talvi- ja kevätkaudella 2009 joudutaan perumaan useampia kotimaanmatkoja, sillä ei ole tarpeeksi ilmoittautujia. Tässä kohtaa näkyy jonkinasteinen lamakauden vaikutus. Syyskaudella kuitenkin on jo vilkkaampaa, eikä matkoja jouduta perumaan niin montaa kuin kevätkaudella. Talvi- ja kevätkaudet ovat muutenkin haastavia matkojen

laatimiseen, sillä ilmasto-olot Suomessa ovat huonoja, ja on vaikea löytää mielenkiintoa herättäviä kohteita. Kesäkaudella ja syksyllä on helpompi löytää mielenkiintoisia kohteita.

Suomen Matkatoimiston pitkäaikainen työntekijä sekä jo alusta alkaen yhteistyössä Elohopeakerhon kanssa ollut Salme Lampinen jää eläkkeelle, mutta jatkaa vielä osittain yhteistyössä Elohopeakerhon kanssa ulkomaanmatkojen saralla.

2010

Kerhon toimintastrategiaan on otettu mukaan myös ympäristöystävällinen kanta, mitä tulee esitteiden ilmestymiseen, sillä esimerkiksi aviopareille esitteitä tulee jatkossa ainoastaan yksi kahden sijasta, eli vain toisen osapuolen nimellä. Tällä tavoin säästetään paperia ja samalla luontoa. Ennen esitteitä on jaettu kotitalouksiin jokaiselle omistajajäsenelle omansa, eli aviopareillekin kaksi kotitaloutta kohden. Tästä uudesta strategiasta Markku Eklöf kertoo vuoden 2010 esitteen alkutervehdyksessä. Elohopeakerholaisia kehoitetaan tutustumaan myös internetin Elohopeakerhon sivuihin, josta löytyy muun muassa kerhon uusi esite sekä ajankohtaiset omistajajäsen edut.

Vuoden 2010 syksyllä on tulossa uudistus Lapin ruskamatkaan, josta on vuosien varrella kehittynyt menestys kotimaanmatka sektorilla. Kesälle on tulossa myös pidennetty Savonlinnan oopperajuhlamatka, johon on lisätty paljon muutakin ohjelmaa kuin oopperajuhlat. Tulevia ulkomaanmatkoja, sekä Eurooppaan että kaukokohteisiin, on reilusti tarjolla. Mukana ovat matkat Etelä-Afrikkaan, Japaniin, Italiaan, Ranskaan, Espanjaan ja Prahaan. Hieman nostetaan jo esirippua tuleviin suunnitelmiin matkojen osalta: joulun seudulle 2010 on tulossa Salzburgin matka ja vuonna 2011 matkat Vietnamiin sekä Australiaan ja Uuteen-Seelantiin. Tulevissa matkoissa keskitytään selkeästi myös kaukokohteisiin ja tuodaan lisää eksotiikkaa kohteisiin.

Elohopeakerhon esitteiden historiikki

Elohopeakerhon esitteet olivat aluksi A4-kokoisia. Vuonna 1995 kuitenkin otettiin käyttöön vihkomallinen esite, mutta tämä oli vielä nimellä ”toimintasuunnitelma”. Vuoden 1995 esite oli ensimmäinen kokonainen vihko, jonka saimme tutkittavaksi. Tällöin oli meneillään vielä vanhan kerhon aikakausi. Esiteessä oli ensin tapahtumatiedote kerholle ajankohtaisista asioista. Tuolloin tiedotettiin esimerkiksi jäsen-tiedotteista, elohopeasivuista ja konttoreissa olevista Elohopeakerhoon liittyvistä asioista. Kaupunkilehti Tamperelainen oli ollut yhteistyössä kerhon kanssa. Kerhon toiminta oli tuolloin ollut selkeästi konttoreista riippuvaa, sillä niistä mainittiin vihkossa useasti. Kerhoisäntänä toimi tuolloin Seppo Saarentaus, jonka tervehdys oli vihkon lopussa olevassa matkoille ilmoittautuminen -osiossa. Erillinen Elohopeakerhon toimisto toimi tuolloin Pyynikillä Satamakadun konttorissa Tampereella.

Vuonna 1996 tapahtui eräs tärkeä käännekohta, sillä uusi kerho alkoi. Muutoksia oli esitteessä edelliseen vuoteen verrattaessa, sillä kerhon uudet ja vanhat voimat yhdistyivät. Syyskauden esite oli selkeästi erilainen kuin aikaisempi kevätkauden esite ja tähän vaikutti se, että Markku Eklöf otti vastuun kerhoisännän tehtävistä. Syyskauden esitteessä oli aluksi tervehdys kerhoisännältä, jota ei aiemmin ollut ollenkaan. Esitteen sisällys oli selkeämpi kuin aiempien esitteiden, sillä fontti oli nyt erilainen ja matkat oli jäsennelty paremmin. Esite esitteli kaikki kotimaanmatkat ja esitteen loppuun oli kerätty muita tapahtumia, esimerkiksi mainos perinteisestä Elohopeakerhon pikkujouluristeilystä. Esiteestä kuitenkin huomasi vielä sen, että taustalla oli toinenkin henkilö, sillä esitteessä oli esimerkiksi erikseen oma osionsa Keskuskonttorin järjestämistä matkoista, joille ilmoittautuminen tapahtui ainoastaan Keskuskonttorin kautta. Ulkomaanmatkoja ei ollut tarjolla lisää, ainoastaan Berliini, jossa oli teksti, että ”loppuunmyyty”.

Vuoden 1997 esitteiden kanteen tuli lisäyksiä: alaosassa luki erikseen ”TSOP-Tampereen Seudun Osuuspankki” ja lisäksi vielä Osuuspankin logo. Aiemmissa esitteissä oli näkyvillä ainoastaan Osuuspankin logo. Kun kyseisen kauden esitettä katsoi, oli muutoshakuisuutta selkeästi havaittavissa. Esitettä alettiin siis pikkuhiljaa muuttaa erilaisempaan muotoon. Kevätkaudesta lähtien elohopeakerholais-ten tuli olla Osuuspankin omistajajäseniä. Kevätkauden esitteen alkutervehdyk-

sessä mainittiin, että yhteistyösopimus linja-autoyhtiö Tokeen liikenteen kanssa on tehty, eli jos oli kyseessä useampipäiväinen matka, oli siellä mukana Tokeen liikenteen edustaja. Edellinen kerhoisäntä Seppo Saarentaus siirtyi Tokeen liikenteen palvelukseen. Tokeen liikenne järjesti lisäksi erikseen matkoja esimerkiksi Ruotsiin, Viroon ja Baltiaan. Suomen Matkatoimisto järjesti yhden ulkomaanmatkan Barcelonaan. Ilmoittautumisohjeet siirrettiin alkusivuille. Syksyn esitteen alkutervehdyksessä oli tieto, että vuoden 1998 keväästä lähtien esite jaetaan ainoastaan Elohopeakerhon jäsenille. Syksyn esitteen takakannessa oli Tokeen liikenteen oma mainos.

Vuonna 1998 muutokset lisääntyivät edelleen, sillä alun tervehdyskirjeeseen lisättiin kerhon isännän Markku Eklöfin kuva ja muistutettiin matkavakuutuksen ottamisesta sekä liitettiin mukaan vakuutustarjous. Syksyn esitteen kanteen lisättiin kuva alaosaan. Markku Eklöf oli vetämässä useita matkoja, lähinnä kuitenkin kotimaanmatkoja.

Kevätkauden 1999 esitteessä kerrottiin kyselystä, joka järjestettiin toiminnan kehittämiseksi ja kiitettiin kaikkia vastanneita, joita oli ollut yli 500. Kevätkauden esitteessä oli tarjolla runsaasti kotimaanmatkoja, mutta syyskaudella tuli oma osionsa esitteeseen ulkomaille suuntautuvista matkoista, eli tätä puolta pyrittiin selkeästi lisäämään ja kehittämään. Tokeen liikenteen matkat olivat jälleen omassa osiossaan vihkon lopussa.

Vuonna 2000 oli edelleen havaittavissa halu kehittää kerhoa eteenpäin ja varsinkin halu monipuolistaa toimintaa. Kevätkauden esitteen lopussa oli lomake, jossa oli muutama kysymys koskien kerhon toimintaa. Kyselyllä haluttiin saada ihmisiltä lisää palautetta ja toiveita matkoihin ja toimintaan liittyen. Kotimaanmatkoja oli kattava valikoima tarjonnassa ja ulkomaanmatkoja muutama kappale.

Vuosi 2001 oli toinen selkeästi uuteen suuntaan vievä vuosi, koska kerhon toiminnan kehityksessä tapahtui suuria muutoksia. Vuonna 2001 kerrottiin, että Elohopeakerhon jäsenmäärä oli kasvanut. Uutuutena kokeiltiin yöpymisen vaativia kotimaanmatkoja, jotka olivat osoittautuneet suosituiksi. Useiden päivien matkojen osalta lisättiin tarjontaa, joten saatiin uusia kohteita, joita oli aikaisemman kyselyn

perusteella toivottu. kotimaanmatkoja tehtiin muun muassa ”Haluatko miljonääriksi” sekä ”Speden spelit” -ohjelmien kuvauksiin. Syyskauden 2001 esitteen tervehdystekstiin vaihtui kerhoisännän uusi kuva ja jäsenmäärän kerrottiin kasvaneen räjähdysmäisesti. Tuolloin jäseniä oli 13 000. Elohopeakerholaisille järjestettiin infotilaisuuksia markan muuttumisesta euroksi ja vuonna 2001 kuvattiin YLE TV2:lle ”Täällä Pohjantähden alla” sarjaan juttu Elohopeakerhosta.

Kevätkauden 2002 esitteen alkutervehdyksessä kerrottiin, että Tyrvään kierroksia oli ollut usein ja tähän vuoteen mennessä sinne oli järjestetty jo 25 matkaa. Tokeen matkoja ei järjestetty enää erikseen, mutta heidän mainos oli kuitenkin esitteessä mukana. Mainoksia oli nyt mukana ensimmäistä kertaa syyskauden esitteen lopussa ja muut paikalliset edut oli mainittu erikseen.

Kevään 2003 esitteessä oli ensimmäisen kerran Matkapoikien mainos.

Keväällä 2004 Matkapojat mainittiin erikseen yhteistyökumppanina. Esitteen alkuun tuli sisällysluettelo/ohjelma. Ilmoittautumisohjeet siirrettiin esitteen loppuosaan. Lisäksi esitteen lopussa oli Elohopeakerhon jäseneksi ilmoittautumislomake. Matkapojat ottivat vastuun esitteen laatisesta. Syksyn 2004 esitteen kansikuvaksi tuli ihan oikeita valokuvia matkoihin liittyen ja tekstiä liittyen esitteen sisältöön. Suomen Matkatoimiston järjestämiä ulkomaanmatkoja oli paljon tarjonnassa ja niille oli varattu oma aukeamansa.

Kevään 2005 esitteessä kerrottiin kuinka jäsenmäärä oli lisääntynyt jälleen huimasti, sillä viime vuoden esitteissä oli ollut ilmoittautumiskaavake, joka keräsi huiuman määrän uusia jäseniä. Jäseniä tällä hetkellä oli yhteensä 15 000, kun vastavasti vuonna 2001 niitä oli 13 000, eli kehitystä tapahtui. Suomen Matkatoimiston laatimia ulkomaanmatkoja oli jälleen tarjolla useita vaihtoehtoja. Matkakuvausten viereen lisättiin kehotuksia ”varaa paikkasi”, joilla kehoitettiin asiakkaita toimimaan nopeasti ja lähtemään matkalle.

Vuoden 2006 esitteiden kansissa oli isot kuvat, mutta vuosilukua ei ollut ollenkaan, vaan vuosiluku ja kausi olivat sitten sisällysluettelon yhteydessä. Esitteen sisälle matkakuvausten yhteyteen tuli valokuvia. Suomen Matkatoimiston ulkomaanmat-

koihin tuli laajemmat ohjelmasisällöt ja -kuvaukset. Syksyn esitteessä oli pidemmät ilmoittautumissäännöt ja matkaehdot. Syyskauden esitteen kansikuvasta lähtien kannen kuvassa on ollut ihmisiä ja nimenomaan seniori-ikäisiä, joita elohopeakerholaiset ovatkin.

Syksyn 2007 ja talven 2008 ohjelmat olivat yhdessä esitteessä. Matkoille tuli omat varauskoodit, jotka olivat sekä sisällysluettelossa että matkojen esittelyissä. Fontteja muutettiin erilaisiksi ja esitteistä tuli pirteitä ja eloisia.

Syksy/talvi 2008–2009 esitteen alkutervehdyksessä kerrottiin Osuuspankin internetsivujen tarjoamasta Elohopeakerhon omasta sivusta. Alkutervehdyksessä kerrottiin myös mistä osioista internetistä löytyvät omistajajäsenedut. Jäseniä oli tuolloin noin 16 000, eli määrä oli kasvanut edelleen edellisistä kausista. Jokaisen matkan kohdalla kerrottiin pidemmin matkaohjelmasta. Suomen Matkatoimiston matkojen kohdalla oli uusi erilainen sivupohja, jonka taustassa luki SMT.

Syksyn 2009 esitteen alkutervehdyksessä viitattiin kerhon historiaan ja kerrottiin kuinka menestyksekkäs kerhosta on tullut. Internetsivuja tuotiin esille ja kannustettiin elohopeakerholaisia tutustumaan niihin. Esitteessä mainittiin kerhon internetsivuilta löytyvät matkaterveiset -osio, jossa on kerrottu terveisiä ulkomaanreissuilta. Kerhon isännän Markku Eklöfin kuva vaihtui taas uuteen. Suomen Matkatoimisto sai oman osuutensa sisällysluettelosta. Vihkon sisällä ei ollut muuten suuria muutoksia. Takakannessa oli mainos Tampereen kaupunkilähetys Ry:n Aamukorva puhelimesta.

Kevään 2010 esite on uusi ilmestynyt esite. Oli mielenkiintoista tutkia sitä ja varsinkin verrata sitä ensimmäiseen ilmestyneeseen esitteeseen. Kun ajattelee kaikkia esitteitä, ovat jatkuva kehitys ja muutokset silmin nähtävissä. Kevään 2010 esitteessä tervehdyskirje alkaa hausalla tarinalla, joka kuvaa erään matkustajan siteerausta Elohopeakerhon matkoista. Markku Eklöfin kuva on jälleen uusi. Markku kertoo alkutervehdyksessään myös, että kestopuosikkia Lapin matkaa on hieman uudistettu ja siihen on lisätty yksi matkapäivä lisää. Sisällysluettelo ei ole tullut muutoksia edelliseen esitteeseen nähden, mutta Suomen Matkatoimiston matkat on mainittu jälleen omassa osiossaan. Taka-osaan on tullut lisää mainok-

sia, esimerkiksi Musiikkiteatteri Palatsin mainos, jossa mainostetaan heidän tulevaa ohjelmistoaan.